

# Kultur und unternehmerisches Handeln – Perspektiven der „Transkulturalität als Praxis“

ROBERT PÜTZ

## Culture and Entrepreneurial Action – Perspectives of “Transculturality in Practice”

Abstract: With an increasing number of businesses being run by entrepreneurs of Turkish origin the issue of “Immigrant Business” gets more and more attention in Germany. Following the lines of Anglo-American research two explanatory approaches prevail: the one looking for reasons of entrepreneurship in the field of the opportunities provided by the host country, the other assuming a particular ethnic “culture” of the entrepreneurs. The latter approach needs to be critically reflected. An approach of “practiced transculturality” is developed, based on using the term culture in a meaning- and symbol-oriented way, by which the pitfalls of essentialistic concepts of culture may be avoided. The suitability of the concept has been tested in interviews with entrepreneurs of Turkish origin in Berlin.

Keywords: Culture, entrepreneurship, self-employment, action, immigrant business, ethnic business, Turks, Germany, migration

Zusammenfassung: Mit der zunehmenden unternehmerischen Selbständigkeit von Menschen türkischer Herkunft erfährt das Themenfeld „Immigrant Business“ in Deutschland zunehmende Aufmerksamkeit. Angelehnt an Forschungen aus dem anglo-amerikanischen Sprachraum, dominieren dabei zwei Erklärungsansätze: solche, die Selbständigkeit von „Migranten“ mit den Handlungsbedingungen erklären, welche die Aufnahmegesellschaft bietet, und solche, die hierfür mit einer spezifischen „Kultur“ der Unternehmer argumentieren, die mit ihrer Herkunft zusammenhänge. Dem zweiten Erklärungsansatz wird kritisch nachgegangen. Mit „Transkulturalität als Praxis“ wird dabei eine Perspektive entwickelt, die einen bedeutungs- und symbolorientierten Kulturbegriff zugrunde legt und den Fallstricken essentialistischer Kulturkonzepte entgehen will. Am Beispiel von Interviews mit Berliner Unternehmern türkischer Herkunft wird diese Perspektive empirisch nachvollzogen.

Schlüsselwörter: Kultur, Unternehmertum, Selbständigkeit, Handeln, Transkulturalität, Türken, Deutschland, Migration

## 1. Einleitung

„Der Türke ist fleißig und umtriebig und verfügt über einen ausgeprägten Unternehmergeist. Und er ist uns fremd, denn er kommt von weit her.“ So oder so ähnlich dürften die Konnotationen lauten, die der Titel „Der fleißige Mann vom Bosphorus“ aus der „Berliner Zeitung“ in Anlehnung an eine historische Redewendung transportierte.<sup>1</sup> Der Artikel beschreibt das Phänomen, dass sich vor allem in den 1990er Jahren immer mehr Menschen türkischer Herkunft in Deutschland selbständig machen und dass sich dadurch die Erwerbsstruktur dieser im öffentlichen Diskurs noch häufig als „Migranten“ wahrgenommenen und bezeichneten Gruppe – von denen mittlerweile mehr als jeder Dritte in Deutschland geboren ist und fast jeder Fünfte die deutsche Staatsbürgerschaft besitzt – maßgeblich wandelt. Er reiht sich ein in zahlreiche Beiträge ähnlicher Botschaft: Mit „türkischer Ruck“ überschrieb z. B. „Die Woche“ einen Artikel zum gleichen Thema.<sup>2</sup> Damit zeichnet sich ein Mediendiskurs ab, den man plakativ mit „die multikulturelle Gesellschaft entdeckt die Ökonomien ihrer Kulturen“ umschreiben kann.

Die Zunahme an Betrieben – das Zentrum für Türkei-studien (ZfT 2001, S. 7) schätzt, dass sich ihre Zahl zwischen 1985 (22 000) und 2000 (60 000) annähernd verdreifacht hat – erweckte nicht nur die Aufmerksamkeit der Medien, sondern es stieg auch das wissenschaftliche Interesse an Unternehmern türkischer Herkunft. Konzeptionell werden dabei meist Impulse aus dem anglo-amerikanischen Raum aufgenommen, wo Arbeiten unter dem Schlagwort „Immigrant Business“ bzw. „Ethnic Business“ bereits seit längerer Zeit im Blickpunkt der sozialwissenschaftlichen Forschung stehen.<sup>3</sup> Vereinfacht

<sup>1</sup> Artikel vom 6.7.2002. Der „kranke Mann vom Bosphorus“ bezeichnete um die Jahrhundertwende das geschwächte Osmanische Reich.

<sup>2</sup> Artikel vom 18.12.1998.

<sup>3</sup> In Deutschland stammten die ersten und meisten Arbeiten zu diesem Themenkomplex vom Zentrum für Türkei-studien (v. a. ZfT 1989, SEN 1997, GOLDBERG & SEN 1997, GOLDBERG et al. 1999). Daneben fokussieren Arbeiten im deutschsprachigen Raum auf die Themen Existenzgründungen von Frauen (KONTOS 1997), Beschäftigungsverhältnisse in „ethnischen Ökonomien“ (WILPERT 1998, HILLMANN 2002), arbeitsmarktpolitischer Kontext der Selbständigkeit von Ausländern (LOEFFELHOLZ, GIESECK & BUCH 1994) und Integrationswirkungen von Selbständigkeit (BUKOW 1993, ÖZCAN & SEIFERT 2000). Daneben existieren Studien zu ausländischen Unternehmern am Fallbeispiel Berlin (RUDOLPH & HILLMANN 1997, PÉCOURD 2001 sowie Arbeitsgruppe um SCHOLZ mit Publikationen in „Occasional Paper“ Geographie der FU Berlin).

dargestellt, wird das unternehmerische Handeln von Migranten dabei vornehmlich aus einer strukturalistischen Perspektive betrachtet, wobei der Strukturbegriff unterschiedlich ausgefüllt wird (WALDINGER, ALDRICH & WARD 1990; vgl. zum Überblick auch die Beiträge in PORTES 1995 und RATH 2000): Auf der einen Seite stehen so genannte „Opportunitäten“, die die Aufnahmegesellschaft bietet, auf der anderen Seite „Ressourcen“ der Migrantengruppen. Während im ersten Fall also strukturelle Rahmenbedingungen thematisiert werden, die der jeweilige Arbeitsmarkt, der rechtlich-institutionelle Rahmen der Selbständigkeit und des Absatzmarktes bieten (vgl. detaillierter PÜTZ 2003), sind es im zweiten Fall eines eher kulturalistischen Verständnisses von Struktur vermeintlich gemeinsame Eigenschaften von Menschen gleicher regionaler Herkunft. Zwar sind Zuschreibungen wie „arbeiten härter“ oder „sparen mehr“ in solch expliziten Formulierungen mittlerweile weitgehend aus der Diskussion verschwunden, implizit prägen sie aber immer noch das Grundverständnis zahlreicher Argumentationslinien – als „kulturelle“ oder „ethnische Ressourcen“, die Unternehmertum bestimmter Gruppen fördern oder einschränken.

## 2. Kultur und unternehmerisches Handeln

Mit solchen Vorstellungen von kulturellen „Ressourcen“ zeigt sich eine Verbindung zum einleitend angerissenen Mediendiskurs. Es stellt sich nämlich die Frage, was man unter der Perspektive „Kultur und unternehmerisches Handeln“ mit einer Studie über Unternehmer türkischer Herkunft lernen kann. Etwas über „die Türken“ und die Art, wie sie Unternehmen führen? Oder etwas über die Besonderheit einer „türkischen“ Wirtschaftsweise oder über einen „türkischen Unternehmergeist“? Der einleitend zugespitzt dargestellte Mediendiskurs vom „fleißigen Mann vom Bosphorus“ suggeriert genau das. „Bei den türkischen Unternehmern ist irgendetwas anders. Finde heraus, was es ist!“ Und der Diskurs erweist sich als machtvoll, was sich unter anderem darin zeigt, dass auch manche wissenschaftliche Untersuchung ähnlichen Forschungsfragen folgt.

Solchen Fragestellungen liegen Vorstellungen eines Neben- oder Miteinanders von Kulturen als jeweils klar begrenzte, homogene Einheiten zugrunde. Kultur wird konzeptionell an abgrenzbare soziale Kollektive gebunden, was häufig einschließt, sie territorial zu verorten bzw. auf einen territorial verortbaren Ursprung zurückzuführen („türkische Kultur“, „Regionalkultur“). Theoretisch-konzeptionell ist dies jedoch nicht haltbar. Selbst wenn es jemals homogene Kulturen gegeben haben sollte, könnten sie spätestens im Zeitalter der Globalisierung und weltweiten Migrationsbewegungen nicht mehr identifiziert werden. Es gibt „keine ausschließlich regional verankerten Wissensbestände mehr und konsequenterweise auch keine durchgehend regional definierbare sozial-kulturelle Welten“ (WERLEN 1997, S. 379). Ebenso müssen aus gesellschaftspolitischer Sicht Be-

denken an solch essentialistischen Kulturkonzeptionen angemeldet werden. Denn Forschung, die nach vermeintlichen „Eigenschaften“, dem „Besonderen einer Kultur“ fragt, stellt immer Differenz her und läuft Gefahr, durch die Konstruktion des Anderen auch Ausgrenzung und Diskriminierung zu befördern.

Gegenwärtige Kulturtheorien verstehen unter Kultur allgemeiner die Wissensbestände, symbolischen Ordnungen oder Deutungsschemata, über die Menschen notwendigerweise verfügen, um sich Gegenstände und Handlungen, „Welt“, als sinnhaft erschließen zu können (vgl. RECKWITZ 2000). Über „Signifikationsstrukturen“ (GIDDENS 1997) wird Welt erst verstehbar, und damit sind sie Bedingung jeglicher sozialer Praxis. Solche Deutungsschemata, die z. B. einen gehobenen Arm zur „Begrüßung“ oder ein Drehen des Kopfes zur „Verneinung“ werden lassen, sind notwendigerweise kollektiv geteilt. Ein Fehlschluss wäre es aber, daraus abzuleiten, dass Kultur als Verweisungszusammenhang von Symbolen in sich geschlossen sei und gebunden an ein definierbares Kollektiv.

Damit besteht jedoch ein Widerspruch zwischen der theoretischen Position der Nichtexistenz von homogenen Kulturen und der alltäglichen sozialen Praxis, in der genau solche Essentialisierungen permanent (re-)produziert werden. Denn das, was als Kultur definiert wurde – Wissensordnungen, Deutungsmuster –, ist in sich immer auch durch Klassifikationsschemata differenziert, die dem Handelnden die Einordnung der Dinge und ihre Verstehbarkeit erleichtern und Komplexität reduzieren. Sinnbildung ist auf der Ebene des Handelnden untrennbar verbunden mit Klassifikation. Dies bedeutet, dass an bestimmten Symbolen wie Sprache, Herkunft und Kleidung permanent Ausschluss und Zugehörigkeit markiert und Differenz hergestellt werden. Es werden also laufend kulturelle Grenzen gezogen, die symbolisieren, dass „auf der anderen Seite“ andere Deutungsschemata herrschen, die mit den eigenen nicht übereinstimmen. Das Bild des „fleißigen Mannes vom Bosphorus“ reproduziert eine solche Grenzziehung, die das Fremde vom Eigenen trennt und hierzu mit dem entfernten Ort „Bosphorus“ als Bedeutungsträger eine – mit WERLEN (1997, S. 387) – räumlich relationierte Symbolik einsetzt.

Vermeintliche „Merkmale einer Kultur“ sind demnach diskursiv vermittelte Konstruktionen, die aber auf das Handeln und in den Handlungsfolgen konkrete Wirkung entfalten. Dies gilt für jegliches Handeln. Auch mutmaßlich rein „ökonomische“ Interaktionssituationen kommen nicht ohne Rückgriff auf geteilte symbolische Ordnungen aus und können konzeptionell nicht ohne Bezug zu Deutungsschemata, Kultur, gedacht werden. So lässt sich z. B. in einer geschäftlichen Vereinbarung zwischen zwei Unternehmern nur dann ein für beide befriedigendes Ergebnis erzielen, wenn bezüglich der Einschätzung dessen, wie Absprachen besiegelt werden und wie verbindlich sie sind, zwischen den Geschäftspartnern Bedeutungsgleichheit besteht. In diesem Sinne ist jegliches ökonomisches Handeln immer auch kulturelles Handeln.

Wie kann das Verhältnis von Kultur und unternehmerischem Handeln konzeptualisiert werden, ohne in die „essentialistische Falle“ zu tappen? Fruchtbar erscheint hier das Konzept der Transkulturalität, das WELSCH (1992) entwickelt hat. WELSCH geht mit Hinweis auf die Globalisierungsdebatten zunächst davon aus, dass territorial verortbare homogene Kulturen aufgrund vielfältiger Verflechtungszusammenhänge nicht mehr angenommen werden könnten. Transkulturalität impliziert also die Aufhebung der Kongruenz von Territorium und Kultur. Gleichzeitig verschiebt WELSCH die theoretische Lage kultureller Grenzen von einer interpersonalen auf eine intrapersonale Ebene, d. h., die mit jeder Grenze verbundene Innen-Außen-Differenz wird konzeptionell auf die Ebene einzelner Subjekte verschoben. Diese seien ebenfalls durch Transkulturalität gekennzeichnet und verfügten somit über unterschiedliche kulturelle Bezugssysteme. Damit wird auch die Vorstellung von Kultur als einem geschlossenen Verweisungszusammenhang von Symbolen obsolet. Gleichzeitig bleiben aber „kulturelle Differenzen“ denkbar: als Konstruktionen entlang Zugehörigkeit und Ausschluss markierender Symbole.

Auf der Basis dieser Überlegungen lässt sich Kultur für eine handlungsorientierte empirische Forschungspraxis konzeptualisieren, indem der Blick weg von Fragen nach der Ausprägung vermeintlich homogen existierender Kulturen gelenkt wird und hin zur Frage nach der Praxis der Grenzziehungen, die Akteure kontinuierlich vornehmen; „kulturelle“, da Bedeutung schaffende Grenzziehungen, anhand derer das vertraute, dazugehörende „Innen“ vom unvertrauten, nicht dazugehörenden „Außen“ geschieden wird. Diese Perspektive der „Transkulturalität als Praxis“ (PÜTZ 2002)<sup>4</sup> ist aber nicht nur als Analysekonzept zu verstehen. Gleichermaßen kann sie als konkrete Handlungspraxis konkreter Subjekte gelesen werden. Denn durch die Verschiebung der Innen-Außen-Differenzen bei der Herstellung kultureller Grenzen auf die Ebene des Subjektes werden Mehrfachzugehörigkeiten von Individuen sowohl konzeptionell akzeptiert als auch empirisch greifbar. Daraus lässt sich ableiten, dass Menschen über Handlungsroutinen verfügen, mit denen sie sich in Form einer „alltäglichen Transkulturalität“ in unterschiedlichen Deutungsschemata verorten können, um z. B. in ökonomischen Interaktionssituationen Bedeutungsgleichheit mit Geschäftspartnern herzustellen. Sind dem Akteur solche Deutungsschemata reflexiv zugänglich und damit absichtsvoll einsetzbar, kann „alltägliche Transkulturalität“ zur „strategischen Transkulturalität“ werden – als Fähigkeit, sich reflexiv in unterschiedlichen Symbolsystemen orientieren und in ihnen operieren zu können. Kulturelle Deutungsschemata können damit als für die soziale Praxis sinngebend und handlungsleitend aufgefasst werden, aber als Repertoire, das verschiedene Handlungsoptionen bereithält und zu dem Individuen einen reflexiven Zugang haben können.

Am Beispiel einer inhaltsanalytischen Auswertung von biographischen Interviews, die im Rahmen eines DFG-Projektes mit Unternehmern und Unternehmerin-

nen türkischer Herkunft geführt worden sind, soll im Folgenden an zwei Beispielen die Praxis kultureller Grenzziehungen empirisch nachvollzogen werden. Im ersten Beispiel steht die Konstruktion „türkischer“ sozialer Ressourcen durch Grenzziehungen im Vordergrund. Anschließend wird anhand eines Ausschnitts einer biographischen Analyse die Perspektive der „strategischen Transkulturalität“ nachvollzogen.

### 3. Die Konstruktion „türkischer“ sozialer Ressourcen

Die Annahme, dass Migranten oder ihre Nachkommen über spezifische Eigenschaften verfügten, die als „ethnische Ressourcen“ unmittelbar mit ihrer Abstammung und Herkunft zusammenhängen, ist eine Kernaussage zahlreicher Arbeiten zum Themenfeld „Immigrant Business“. LIGHT & ROSENSTEIN (1995, S. 171) definieren sie wie folgt: „Ethnic resources include an ethnic culture, structural and relational embeddedness, social capital, and multiplex social networks that connect the entire group. Ethnic resources characterize a whole group.“ Die hier angeführten Basiskonzepte „Embeddedness“ (GRANOVETTER 1985) und „soziales Kapital“ (zumeist mit Rückgriff auf BOURDIEU 1983 oder COLEMAN 1988) haben in ihrem Ursprung zunächst nichts mit der Herkunft eines Unternehmers zu tun. Sie wurden in den vergangenen Jahren vornehmlich von Seiten der Wirtschaftssoziologie entwickelt und haben mittlerweile auch breiten Raum in der wirtschaftsgeographischen Debatte eingenommen (z. B. GLÜCKLER 2001, BATHOLT & GLÜCKLER 2002). Wesentlich daran ist, dass ökonomisches Handeln als grundsätzlich immer auch soziales Handeln aufgefasst wird und dass damit der Kontext sozialer Beziehungen als relevant für jegliche ökonomische Interaktion in den Mittelpunkt der Betrachtung rückte. Das Denkmodell „ethnischer“ Ressourcen dreht die Argumentationslogik jedoch um. Hier werden – da Ethnien als *a priori* existent und voneinander unterschiedlich wahrgenommen werden – soziale Ressourcen zu „ethnischen“, d. h., dem Unternehmer wird als ethnisch prädisponiertem Wesen eine spezifische Art an Embeddedness, sozialem Kapital etc. zugesprochen, die sich aus seiner Abstammung ergibt.

Anknüpfend an die einführenden Bemerkungen, sollte bei der Betrachtung sozialer Beziehungen zwischen Unternehmern mit ähnlichem Migrationshintergrund ein Perspektivenwechsel vorgenommen werden. Weniger als die Frage nach vermeintlich wesentlichen Eigenschaften einer gegebenen Gruppe sollte die Frage in den Vordergrund rücken, wie Innen-Außen-Differenzen entlang von Symbolen wie der national etikettierten Herkunft hergestellt werden und welche Funktion diese Grenzziehungen z. B. für die Akkumulation sozialen Ka-

<sup>4</sup> Einer ähnlichen Idee folgt auch BOECKLER (1999) bei seiner Konzeptualisierung von „Kultur als diakritische Praxis“, als fortwährendes Einfügen von kontingenten Unterscheidungen in die prinzipiell nicht getrennte Welt.

pitals haben. Dies kann im Folgenden durch die Schilderung von Unternehmern türkischer Herkunft zur Beschaffung von Informationen bzw. zur Auswahl von Geschäftspartnern nachvollzogen werden.

KAYA und ALI, so lauten ihre Codenamen, sind Lebensmittelgroßhändler mit jeweils rund zehn Angestellten. KAYA beschreibt primär eine dyadische Beziehung zu einem freundschaftlich verbundenen Wettbewerber (relationale Embeddedness), dem er günstige Bezugsquellen nennt, wobei er von dieser Art Vertrauensvorschluss später einmal Gegenleistungen erwartet (Reziprozität). Die Rolle sozialer Beziehungen für ökonomische Transaktionen drückt er dadurch aus, dass er sie nur mit „sehr guten Leuten“ tätige:

*„Wenn ich jetzt, sagen wir mal, mit einem Lieferanten aus Westdeutschland telefoniere, grüne Linsen zum Beispiel, sagt: ‚Ich habe was für 1,50 für Dich.‘ Dann bin ich auch so fair und andere Großhändler – also Freunde, die ich eben vom Fruchthof kenne, mit denen ich jahrelang zusammengearbeitet habe, sagen wir mal – rufe ich an und sage: ‚Guck mal, wo kaufst Du Deine grünen Linsen?‘ Sagt der mir: ‚Da und da für 1,95.‘ Sag ich: ‚Ich hab was rausbekommen. Ruf mal da und da an, sagst Du meinen Namen und dann ist gut.‘ Und das machen die denn auch. [...] Weil, eine Hand wäscht die andere. Und wenn irgendwann mal ihm was auffällt, ist egal was, was mir behilflich sein kann, dann sagt er mir’s auch. [...] Der muss mir ja nicht nur geschäftlich helfen, das kann ja auch privat sein oder was. [...] Aber das macht nicht jeder mit jedem, das machen eben nur sehr, sehr gute Leute.“*

ALI beschreibt ebenfalls den Aufbau eines Vertrauensverhältnisses in einer dyadischen Beziehung, schildert anschließend aber eine Situation, in der ein „Unternehmen X“ Ansehen und Reputation verliert, weil ein von ihm geschädigter Unternehmer über geschlossene Netzwerke mit anderen Unternehmern verbunden ist (strukturelle Embeddedness). Auch ALI hebt darauf ab, dass er vertrauliche Informationen nur in einem engen Kreis „guter Kontakte“ weiterreiche:

*„Ich muss erstmal anschauen, wie die Geschäft von dem. Geschäft geht gut oder nicht gut. Kann er, kann er diese Rechnung jederzeit bezahlen, oder kann er nicht bezahlen und so weiter. Wenn der jetzt seit so lange da macht Geschäft, äh Jahre oder Jahre, er ist bisher immer gut gearbeitet. Mit den anderen Firma auch. Denn wenn eine Geschäftsmann macht Fehler, äh, es geht sehr schnell, der andere Leute hört, diese Geschäftsmann hat Fehler gemacht. Zum Beispiel wir sind drei Geschäftsmann, unterhalten uns zwischen, er sagt zu mir: ‚ALI, Mensch, scheiße, zum Beispiel X, Firma X hat zu mir Scheck gegeben und diese Scheck geplatzt.‘ Oder ich sag: ‚Mensch, Firma X, andere X Firma haben sie geschäftliche Kon-*

*takte?‘ Wenn sagt: ‚Ja‘, ich sag ihnen: ‚Bitte aufpassen. Der hat von mir drei offene Rechnungen und der will nicht Geld zahlen.‘ Oder zu schwierig, Zahlungsziel.“ PÜTZ: „Machen Sie das mit allen Geschäftspartnern, solche Informationen austauschen?“ ALI: „Ja, zu guten Kontakten.“*

Die beiden Schilderungen KAYAS und ALIS bestätigen die Perspektive ökonomischen Handelns als grundsätzlich soziales Handeln. Gleichzeitig würde wohl jeder Beobachter die Schilderungen als „alltäglich“ beschreiben. Die beiden Interaktionssituationen und sozialen Beziehungen sowie ihre Wirkungen sind jedem aus seinem eigenen Alltagshandeln vertraut, und sie sind nicht ursächlich verbunden mit Herkunft oder „Türkisch-Sein“, auch wenn dieses Bild mit der Denkfigur einer „ethnischen Ökonomie“ häufig reproduziert wird. Bei der Betrachtung, wie die beiden Unternehmer ihre jeweiligen Aussagen unmittelbar eingeleitet haben, verkehrt sich dieser Eindruck aber ins Gegenteil:

*KAYA: „Also, der Türke, der ist überall. Der weiß seine ganzen Informationen. Die helfen sich untereinander. Ich weiß nicht, ob die Deutschen das untereinander machen, glaube ich nicht. Und das machen die Türken [...]“*

*ALI: „Hm, ja. Das ist so, erstmal natürlich Vertrauen zu Türken [...]“*

Die Zugehörigkeit zu einer imaginären „Gemeinschaft der Türken“ avanciert hier plötzlich zur entscheidenden Voraussetzung dafür, an entsprechenden Netzwerken zu partizipieren und von „gegenseitiger Hilfe“ und von „gegenseitigem Vertrauen“ profitieren zu können. Die Konstruktion einer national etikettierten Kultur als – mit WERLEN (1997) – „signifikative Regionalisierung“ erweist sich also als ein ökonomisch probates Mittel, an dem sich Ein- oder Ausschluss aus sozialen Beziehungen festmacht. Diese Grenzziehung ist verbunden mit einem Diskurs vom „türkischen Unternehmer“, der auf den zentralen Kategorien Ehre, Vertrauen und Solidarität aufbaut und der sie gleichzeitig als soziales Kapital ökonomisch verfügbar macht.

#### 4. Destabilisierung national etikettierter Grenzen

Zugehörigkeitsdiskurse entfalten große Handlungsrelevanz und erweisen sich über Ein- oder Ausschluss aus sozialen Beziehungen als wichtig für unternehmerischen Erfolg. Mit GIDDENS werden solche Deutungsschemata durch ihre Anwendung rekonstituiert und stabilisiert. Gleichzeitig aber unterliegen sie durch die permanente Neuverhandlung in der Handlungssituation immer auch prozesshaftem Wandel. Diesen Aspekt der Destabilisie-

zung räumlich-national etikettierter Grenzen verdeutlicht ein zweites Beispiel: ULVI, der Inhaber einer Werbeagentur, berichtet von kulturellen Grenzziehungen aus der Perspektive eines Ausgegrenzten. Er sieht sich in seinen Anfängen als Unternehmer mit einer Situation konfrontiert, in der Sprache herangezogen wird, um symbolisch Differenz zu markieren, und zwar zwischen einer Gemeinschaft „echter Türken“ und „unechten Türken“. ULVIS Sprache lässt keine eindeutige Zuordnung zu. Ihm wird daher mit Misstrauen begegnet, was seine unternehmerische Karriere gefährdet. Er ist davon bedroht, seine geschäftliche Verbindung aufgrund dieser Grenzmarkierung zu verlieren:

*„Ähm, mein Partner damals hatte, äh, irgendwas gegen mich. Ich habe es gar nicht so gemerkt von ihm, weil er war immer noch so nett und höflich. Aber intern weiß ich, dass er seinem Vater, mit dem ich die Geschäftsbeziehung hatte, äh, gesagt hat: ‚Oh Mann, er ist ein Idiot, das ist doch so ein deutsch gewordener Türke‘ und ‚lass uns mal jemanden anderes nehmen‘ und so. [lacht] Genau die Situation gab es. Und auch so, äh, der Rest der Familie, äh, von meinem Partner, äh, die hatten auch so einen komischen Blick auf mich, weil ich, weil mein Türkisch so ein seltsames Türkisch war. Es war nicht so das normale Türkisch, was die Türken geredet haben, sondern dadurch, dass ich sehr viel im deutschen Kreis war, war mein Türkisch eher so eine Halbübersetzung, Zum-Teil-Übersetzung aus dem Deutschen. Ich, meine Sätze waren seltsam konstruiert, es waren im Grunde deutsche Sätze, mit türkischen, äh, Worten.“*

National oder sprachlich etikettierte kulturelle Identität schafft ein „Wir“ und ein „Anderes“ und dient in einem ersten Schritt dazu, die Auswahl von Geschäftspartnern zu vereinfachen. Menschen wie ULVI passen nicht in solche dichotomen Zuschreibungsdiskurse. Sie verunsichern und irritieren, indem sie Orientierung bietende Selbst- und Fremdzuschreibungen durch ihre Existenz in Frage stellen. IBRAHIM, Vorstandsmitglied eines türkischen Unternehmerverbandes, äußert sehr eindrücklich, wie ihm das Zurückgreifen auf binational aufgebaute Identitätskonstruktionen Sicherheit im alltäglichen sozialen (und unternehmerischen) Handeln vermittelt und welche Wirkung Menschen wie ULVI auf ihn haben, die solchen Konstruktionen nicht entsprechen:

*„Der Hauptproblem, wenn man sich zurückblickt: Erste, zweite, dritte Generation. [...] Manchmal hat man selber Angst, was für ein Menschen das überhaupt sind, weil die sind, äh, viel, äh, fremd zu eigene Kultur geworden. Und die ihre eigene Persönlichkeiten verloren haben. Und dadurch geben sie keine gute Bild, und das stört eigentlich einmal die Einheimischen und auch mal die, äh, eigene Seite. Man kann die nicht richtig zuordnen. [...] Und ich*

*habe schreckliche Angst, wie die Türken dann überhaupt aussehen. Ich bin mit meine eigene Kultur und meine eigene Glauben, meine eigene Werten im Lande viel besser, kann besser die Deutschen verstehen, die Deutschen können mich auch als ein Türke besser verstehen.“*

Menschen wie ULVI kann man „nicht richtig zuordnen“. Sie passen nicht in das Schema und gefährden damit die auf Differenzen basierende Koexistenz zu Deutschen. Denn Deutsche können Türken dann nicht mehr „als Türke verstehen“, weil die dem „Türkisch-Sein“ zugeordneten Deutungsschemata nicht mehr greifen. Sie stellen damit für viele eine Bedrohung dar. Sie gefährden die Aufrechterhaltung von national etikettierten Kulturen, und sie stellen nicht nur die zugrunde liegenden Oppositionen in Frage, sondern darüber hinaus das „Prinzip der Opposition selbst, die Plausibilität der Dichotomie“ (deutsch – türkisch), „die es suggeriert, und die Möglichkeit der Trennung, die es fordert“ (BAUMAN 1995, S. 80).

Beide Beispiele zeigen, dass die Annahme vermeintlich gegebener kultureller Grenzen nicht haltbar ist und dass „Kultur“ gleichermaßen als Zustand wie auch als Prozess konzeptualisiert werden muss (SCHIFFAUER 1997). So geht der Deutsch-Türkisch-Diskurs einher mit Konstruktionen über Ehre oder gegenseitige Hilfe. Dadurch kann er in entsprechenden Handlungskontexten aktiviert und zu einer wichtigen Quelle der Akkumulation sozialen Kapitals werden. Indem Unternehmer in ökonomischen Interaktionen auf ihn rekurrieren, tragen sie auch zu seiner Stabilisierung bei. Andererseits aber werden kulturelle Symbole durch ihre kontinuierliche Interpretation und ihren Gebrauch immer neu konstruiert, und vermeintlich stabile Klassifikationsschemata verlieren durch Unternehmer wie ULVI an Wirkungsmacht, weil es Menschen sind, die prozesshafte Veränderung implizit in sich tragen und kulturelle Konstruktionen destabilisieren.

## 5. Strategische Transkulturalität

Wenn kulturelle Grenzen nicht natürlich existent, sondern diskursiv hergestellt und damit auch veränderbar sind, sind sie dem einzelnen Akteur prinzipiell auch verfügbar. Die eingangs aufgestellte „Transkulturalität als Praxis“ wäre dann nicht nur als Analysekonzept zu lesen, sondern als konkrete Handlungspraxis konkreter Akteure. Dies soll im Folgenden am Ausschnitt aus einer biographischen Analyse nachvollzogen werden.

KEVSAN, dies ihr Codename, wird 1968 in einem Bergdorf in der Provinz Sivas geboren und kommt im Alter von drei Jahren mit ihren Eltern nach Deutschland. Nach Beendigung der Hauptschule und einer Ausbildung als Krankenschwester arbeitet sie ab 1989 im Pflegebereich und holt nebenbei ihr Abitur nach. 1993 bewirbt sie sich erfolgreich um einen Studienplatz und studiert bis 1997 Erziehungswissenschaften. Während ihrer an-

schließenden Tätigkeit auf einer Sozialstation erwächst die Idee, sich im sozialen Bereich selbständig zu machen. Diese setzt sie 1999 um. 2001 beschäftigt sie bereits mehr als 40 Mitarbeiter und erwirtschaftet einen Jahresumsatz von mehr als 1 Mio. Euro.

KEVSANS Urgroßmutter ist Überlebende von Massakern an Aleviten in den 1930er Jahren, und in den 1970er Jahren wurden Verwandte aufgrund ihrer Konfession und prokurdischen politischen Aktivitäten verfolgt und ermordet. Dadurch ist die Aufrechterhaltung einer kollektiven Identität bei gleichzeitiger Verbergung nach außen ein bedeutendes und im Alltag permanent präsent Thema in der Familie. Die Anforderung, sich reflexiv mit der Zugehörigkeit zu imaginären Gemeinschaften auseinander zu setzen, ist somit bereits in KEVSANS Familienkonstellation angelegt. Sie setzt sich bis in ihr gegenwärtiges unternehmerisches Handeln fort. Dabei dominieren drei Konfliktlinien: an der Sprache markierte Ethnisierungen *kurdisch-türkisch*, an der religiösen Orientierung aufgehängte Zuschreibungen *alevitisches-sunnitisch* und am Geschlecht festgemachte Zuschreibungen zur Rolle *Frau-Mann*. Alle drei Diskursfelder entfalten in ihrer Biographie eine große Dynamik zwischen Aneignung und Ablehnung der entsprechenden ihr zugeschriebenen Identitäten.

KEVSAN erfährt erst nach der Migration nach Deutschland durch die Begegnung mit türkisch sprechenden Mitschülern, dass die sprachliche (kurdisch) und religiöse (alevitisches) Verankerung ihrer Familie in der Türkei Ziel von Verfolgungen ist. Es zeigt sich, dass der in der Türkei hegemoniale Diskurs auch in Deutschland sehr machtvoll ist: In Berlin lernt KEVSAN Deutsch und Türkisch, wird durch ihren kurdischen Akzent in der Schule aber „als Kurdin“ identifiziert und auf „Kurdisch-Sein“ festgelegt. Sie ist so einer doppelten Ethnisierung als „Ausländerin in Deutschland“ und als „Kurdin unter Türken“ ausgesetzt. Letztere Diskriminierungen erfährt sie auch über institutionalisierte Machtasymmetrien von ihrer türkischen Grundschullehrerin. Sie begegnet ihnen durch die Entwicklung zweier Handlungsstrategien, die sie bis in die Gegenwart begleiten: einerseits durch Aneignung von Wissen und damit verbundene Anerkennung, andererseits durch Veränderung ihrer Aussprache des Türkischen, was eine Codierung über Sprache unmöglich macht.

Auch die Zuschreibungen, als Angehörige einer alevitischen Familie einer „schlimmen, unreinen“ Gruppe anzugehören, werden KEVSAN bereits als Kind latent vermittelt, aufgrund der Tabuisierung des Themas durch die Familie aber zunächst nicht öffentlich. Ein offensives „Bekenntnis zum Alevitentum“ in ihrer Pubertät wirkt wie ein Mittel der Befreiung von dominanten Zuschreibungspraktiken und ist für ihre Subjektbildung zunächst auch „erfolgreich“. Es führt allerdings zu Ausgrenzungen von sunnitischen Mitschülern, die sich im Privatleben fortsetzen: Der religiöse Hintergrund ihrer Familie ist Anlass, dass mehrere Partnerschaften beendet werden. Sie begegnet dem unter anderem dadurch, dass sie sich in ihrer Diplomarbeit mit „Frauenbildern

bei Aleviten und Sunniten“ intellektuell auseinander setzt und erneut durch Wissensaneignung reagiert. Hierdurch bringt sie sich in eine Position, die ihr einen reflexiven Zugang zu unterschiedlichen Konfessionen und damit verbundenen sozialen Praktiken und Diskursen verschafft. Das kann als eine entscheidende Voraussetzung für die Entwicklung der Fähigkeit zur „strategischen Transkulturalität“ betrachtet werden, die sie in ihrer späteren unternehmerischen Praxis in Wert setzt.

So lässt KEVSAN in ihren gegenwärtigen Kundenkontakten durch die Wahl ihrer äußeren Erscheinung – formaler Businesslook in Kleidung und Make-up – eine Zuordnung zu einer ethnischen oder konfessionellen Gruppe entlang äußerer Kennzeichen nicht zu. Sie gibt sich über diese Distinktionsmerkmale vielmehr als Geschäftsfrau zu erkennen und verschafft sich dadurch zunächst Respekt und Distanz. Auch sprachlich ist sie nicht festzulegen. Gleichzeitig – und das ist entscheidend – hat sie durch die praktische wie reflexive Auseinandersetzung mit machtvollen Zuschreibungen und in der Dynamik zwischen Aneignung und Ablehnung solcher extern an sie herangetragenen Identitätspositionen die Fähigkeit entwickelt, mit kulturellen Codierungen flexibel umzugehen und sie situativ einzusetzen. Diese hier als „strategische Transkulturalität“ bezeichnete Fähigkeit, die nur vor dem Hintergrund ihrer Familienkonstellation und ihrer Biographie bzw. den darin erworbenen biographischen Ressourcen verstanden werden kann, trägt wesentlich zu KEVSANS ökonomischem Erfolg bei. Das zeigt sich exemplarisch in einer Interaktionssituation mit einem Kunden:

*„Ich gehe hin, stelle mich vor. [Der Kunde] ist jünger als ich, guckt mich an und sagt: ‚Guten Tag, nehmen Sie Platz.‘ Ich habe Platz genommen, da habe ich gesagt: ‚Auf was warten wir denn?‘ Da meint er: ‚Auf Ihren Chef.‘ Da habe ich gesagt: ‚Wie bitte? Ich habe keinen Chef.‘ Da meint er: ‚Die Firma hat doch einen Chef.‘ Da habe ich gesagt: ‚Die Firma hat eine Chefin, und das bin ich.‘ Guckt er mich an, wirklich so hier: ‚Sie?‘ Und der ist ja so groß, und dann stand ich, und da macht er mit dem Finger: ‚Sie sind die Chefin? Nee, dann wollen wir Sie nicht haben.‘ Da habe ich gesagt: ‚Warum wollen Sie mich nicht haben?‘ ‚Nee, die Firma wird von einer Frau geführt [...].‘ Ich stand da, und die Frau kam, hat mich so mit einem Kopfnicken gegrüßt, war verummt.“*

Bei einem Gespräch, in dem es sich, rein geschäftlich betrachtet, um die Verhandlung eines Auftrages und eine Kundenakquisition handelt, findet sich KEVSAN in einer Situation wieder, die zunächst nicht von ökonomischen Parametern wie Kosten und Qualität, sondern von anderen Bedeutungszuschreibungen bestimmt wird. Sie sieht sich mit traditionellen geschlechtsspezifischen Rollenvorstellungen konfrontiert. Weder ihre hervorragenden fachlichen Referenzen, die sie ansonsten als ein probates Mittel zur Auftragsakquisition einsetzen kann, noch die äußeren Kennzeichen ihres Auftretens als Ge-

schäftsfrau werden als Symbole für berufliche Qualifikation akzeptiert. Sie muss die in der Verhandlungssituation geltenden Deutungsschemata redefinieren und stellt sich darauf anhand zweier Symbole ein: Einerseits greift sie die herabsetzenden Äußerungen des Familienvaters und seine Rekurrerung auf einen entsprechend traditionellen Diskurs über die Rolle der Frau auf, andererseits das äußerliche Kennzeichen der „Vermummung“ seiner Ehefrau. Sie zieht daraufhin andere Codierregeln heran:

*„Da meint er: ‚Ja, wenn eine Firma von einer Frau geleitet wird. Außerdem ist Ihre Firma ja ganz neu. Weiß nicht, ob sie Pleite macht, und eine Frau kann doch keine Firma führen.‘ Da habe ich gesagt: ‚Wissen Sie. Wenn Ihr Problem das ist, dass ich Pleite mache, kann ich Ihnen sagen, ich habe supergute Rückendeckung. Mein Bruder hat selber eine Firma. Ich würde niemals Konkurs gehen, weil er mir über die Durststrecke helfen würde.‘ [...] Dann wurde er etwas weich, und dann sagte er so von oben herab: ‚Wer ist denn Deine, wer ist denn Dein Bruder, der Dich unterstützt.‘ Und dann dachte ich mir, ob ich die Wohnung verlassen oder bleiben soll. Da habe ich gesagt: ‚Firma X ist mein Bruder und Firma Y.‘ Da meint er: ‚Ach der, der in [Straßenname] ist. Natürlich. Den kenne ich. Dann gibt's ja kein Problem.‘“*

Ökonomisches Handeln ist immer auch „kulturelles“ Handeln in dem Sinne, als dass in der (wie in jeder) unternehmerisch relevanten Interaktionssituation „Kundenakquisition“ zunächst die geltenden Deutungsschemata verhandelt werden. KEVSAN erkennt dabei, dass die Symbolik „ausgebildete, qualifizierte Fachkraft“ keine Wirkung entfaltet. Sie identifiziert ein anderes Diskursfeld als situationsdefinierend und passt sich den dabei geltenden Codierregeln an. Hier wird auch deutlich, dass Fragen der Macht, verstanden als Fähigkeit, seine Deutungsmuster durchzusetzen, bei der Betrachtung der kulturellen Aspekte unternehmerischen Handelns zentral sind. Denn KEVSAN rekurriert auf Repräsentationsinstrumente, die den in der Akquisituation über Machtasymmetrien durchgesetzten Deutungsschemata erwachsen und reproduziert und stabilisiert damit gleichzeitig den entsprechenden Diskurs: Sie entwertet ihre beruflichen Qualifikationen und Fähigkeiten und benutzt Codes, in denen sie ihre Qualitäten ausschließlich durch die gesellschaftliche Position ihres älteren Bruders bezieht. Dadurch erhält sie letztlich den Auftrag.

In einer Art Globalevaluation erklärt sie eine solche situationsabhängige Verortung zu unterschiedlichen kulturellen, da Sinn bildenden Deutungsschemata im Sinne einer „strategischen Transkulturalität“ zu ihrem unternehmerischen Leitprinzip:

*„Ich sag' immer also: [...] ‚Wenn Sie wollen, dass ich 'ne Kurdin bin, dann bin ich 'ne Kurdin. Und wenn Sie sagen, ich soll 'ne Sunnitin sein, dann bin ich 'ne Sunnitin.‘“*

Der Ausschnitt aus der Biographieanalyse KEVSANS und die Unternehmerzitate bestätigen eine Ausgangsüberlegung zu „Transkulturalität als Praxis“. Kulturelle Grenzen sind nichts naturhaft Gegebenes, sondern Konstrukte, die diskursiv vermittelt sind und durch die Handlungspraxis (re-)produziert werden. Die drei empirischen Beispiele stehen dabei für unterschiedliche Varianten der Herstellung, Reproduktion und Bearbeitung kultureller Grenzen. Damit ist aber auch Zugehörigkeit keine *A-priori*-Größe, die sich durch „Sein“ ergibt, sondern die durch die soziale Praxis hergestellt wird – und damit prinzipiell auch veränderlich ist. Dieser Aspekt wird bei Arbeiten, die auf „kulturelle Embeddedness“ verweisen und dies an vermeintlich „geteilten Normen und Werten“ eines Kollektivs festmachen, häufig übergangen.

Solche Grenzziehungen beruhen häufig auf einer räumlich relationierten Symbolik, indem sie entlang einer imaginären Herkunft markiert werden. Dadurch, dass sie das Innen vom Außen trennen und damit Gemeinschaften herstellen, sind sie immer auch ein Akt der Identitätskonstruktion. Denn über symbolische Markierungen wird Differenz hergestellt, und das Ich setzt sich zum Anderen in Beziehung. Solche (Selbst-)Verortungsprozesse müssen als wesentliches Element beachtet werden, wenn kulturelle Aspekte unternehmerischen Handelns untersucht werden sollen. Unternehmer bewegen sich – wie alle handelnden Subjekte – in einem Feld, in dem permanent Identitätspositionen verhandelt werden. Wie die Beispiele KEVSANS und ULVIS zeigen, sollte die Vorstellung von einer „wesenhaften“ Identität dabei aber ebenso aufgegeben werden wie die Vorstellung einer „wesenhaften“ Zugehörigkeit zu einer Gemeinschaft. Vielmehr erscheint der Begriff „Verortung“ adäquater als der Begriff der „Identität“, da in ihm mit dem Handlungsakt (sich verorten), dem Zuschreibungseffekt (verortet werden) und dem situativen Charakter (Verortung als immer wieder neu kontextualisiertes Phänomen) drei Aspekte zusammenfließen, die für die Konstruktion von Identitätspositionen konstitutiv sind.

Der Aspekt der Verortung ist zentral, um in vermeintlich rein „ökonomischen“ Interaktionssituationen die Handlungen der Akteure zu verstehen. Im Sinne einer Transkulturalität als konkreter Handlungspraxis können diese sich nämlich in mehreren imaginären Gemeinschaften verorten und haben damit prinzipiell die Fähigkeit, kontextbezogen auf unterschiedliche symbolische Deutungsschemata zu rekurrieren und sie in ihrem Handeln einzusetzen. Die Existenz der alltäglichen Kompetenz zu Transkulturalität kann bei jedem Unternehmer angenommen werden, weil in jeder ökonomischen Interaktion (meist unausgesprochen) „verhandelt“ wird, welche Deutungsschemata die Situation definieren.

Auf der Ebene des einzelnen Akteurs kann die Fähigkeit zur Transkulturalität weiter ausdifferenziert werden: *Alltägliche Transkulturalität* bezeichnet das routinisierte Heranziehen von Deutungsschemata, um z. B. in Interaktionssituationen Bedeutungsgleichheit mit Interaktionspartnern herzustellen. Solche Routinen sind – in

terminologischer Anlehnung an GIDDENS (1997, S. 57) – im „praktischen Bewusstsein“ verankert und stehen dem Handelnden in einer reflexiven Auseinandersetzung in der Regel nicht zur Verfügung. *Strategische Transkulturalität* bezeichnet dagegen eine absichtsvolle reflexive Verortung. In wiederkehrenden Interaktionssituationen verhandelte Deutungsschemata können dem Akteur im „diskursiven Bewusstsein“ zur Verfügung stehen. Das

versetzt ihn in die Lage, mit Identitätscodierungen flexibel umzugehen und sich situationsabhängig und intentional auf unterschiedliche Bezugssysteme einzustellen. Strategische Transkulturalität, das Beispiel von KEVSAN hat es gezeigt, ist damit eine ökonomisch verwertbare Ressource, die Handlungsspielräume bei der Marktbearbeitung erweitert und dem Unternehmer die Teilhabe an unterschiedlichen sozialen Beziehungen ermöglicht.

## Literatur

- BATHELT, H., & J. GLÜCKLER (2002): Wirtschaftsgeographie: ökonomische Beziehungen in räumlicher Perspektive. Stuttgart.
- BAUMAN, Z. (1995): *Moderne und Ambivalenz*. Frankfurt/Main.
- BOECKLER, M. (1999): Entterritorialisierung, „orientalische“ Unternehmer und die diakritische Praxis der Kultur. *Geographische Zeitschrift*, **87** (3): 178–193.
- BOURDIEU, P. (1983): Ökonomisches Kapital, kulturelles Kapital, soziales Kapital. In: KRECKEL, R. [Hrsg.]: *Soziale Ungleichheiten*. Göttingen. = *Soziale Welt*, Sonderband 2: 183–198.
- BUKOW, W.-D. (1993): *Leben in der multikulturellen Gesellschaft. Die Entstehung kleiner Unternehmer und die Schwierigkeiten im Umgang mit ethnischen Minderheiten*. Opladen.
- COLEMAN, J. S. (1988): Social Capital in the Creation of Human Capital. *American Journal of Sociology*, **94**: 95–120.
- GIDDENS, A. (1997): *Die Konstitution der Gesellschaft: Grundzüge einer Theorie der Strukturierung*. Frankfurt am Main.
- GLÜCKLER, J. (2001): Zur Bedeutung von Embeddedness in der Wirtschaftsgeographie. *Geographische Zeitschrift*, **89** (4): 211–226.
- GOLDBERG, A., & F. SEN (1997): Türkische Unternehmer in Deutschland. *Wirtschaftliche Aktivitäten einer Einwanderungsgesellschaft in einem komplexen Wirtschaftssystem*. *Leviathan*, Sonderheft 17: 63–84.
- GOLDBERG, A., et al. (1999): *Der türkische Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland: Erfolgsgeschichte und Zukunftsperspektiven*. Essen.
- GRANOVETTER, M. (1985): Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness. *The American Journal of Sociology*, **91**: 481–510.
- HILLMANN, F. (2002): *Positionierung und Bedeutung ethnischer Arbeitsmärkte*. Berlin. = *Geographisches Institut der FU Berlin*, Occasional Paper, **13**.
- KONTOS, M. (1997): Von der Gastarbeiterin zur Unternehmerin. Biographieanalytische Überlegungen zu einem sozialen Transformationsprozess. *Deutsch lernen*, **22** (1): 275–290.
- LIGHT, I., & C. ROSENSTEIN (1995): Expanding the Interaction Theory of Entrepreneurship. In: PORTES, A. [Ed.]: *The Economic Sociology of Immigration. Essays on Networks, Ethnicity, and Entrepreneurship*. New York: 166–212.
- LOEFFELHOLZ, H. D. VON, GIESECK, A., & H. BUCH (1994): *Ausländische Selbständige in der Bundesrepublik unter der besonderen Berücksichtigung von Entwicklungsperspektiven in den neuen Bundesländern*. Berlin.
- ÖZCAN, V., & W. SEIFERT (2000): Selbständigkeit von Immigranten in Deutschland – Ausgrenzung oder Weg der Integration? *Soziale Welt*, **51**: 289–302.
- PÉCOUD, A. (2001): The cultural dimension of entrepreneurship in Berlin's Turkish economy. *Revue Européenne des Migrations Internationales*, **17** (2): 153–168.
- PORTES, A. [Ed.] (1995): *The Economic Sociology of Immigration. Essays on Networks, Ethnicity, and Entrepreneurship*. New York.
- PÜTZ, R. (2002): *Kultur, Ethnizität und unternehmerisches Handeln*. *Berichte zur Deutschen Landeskunde*, **76** (2).
- PÜTZ, R. (2003): *Unternehmer türkischer Herkunft in Deutschland. Der „Gründungsboom“ aus makroanalytischer Perspektive*. *Geographische Rundschau*, **55** (4): 26–31.
- RATH, J. [Ed.] (2000): *Immigrant Businesses. The Economic, Political and Social Environment*. Houndmills.
- RECKWITZ, A. (2000): *Die Transformation der Kulturtheorien: Zur Entwicklung eines Theorieprogramms*. Weilerswist.
- RUDOLPH, H., & F. HILLMANN (1997): *Döner contra Boulette – Döner und Boulette: Berliner türkischer Herkunft als Arbeitskräfte und Unternehmer im Nahrungsgütersektor*. *Leviathan*, Sonderheft 17: 85–105.
- SCHIFFAUER, W. (1997): *Fremde in der Stadt*. Frankfurt am Main.
- SEN, F. (1997): *Türkische Selbständige in der Bundesrepublik*. *Geographische Rundschau*, **49** (7/8): 413–417.
- WALDINGER, R., ALDRICH, H., & R. WARD (1990): *Opportunities, Group Characteristics, and Strategies*. In: WALDINGER, R., ALDRICH, H., & R. WARD [Ed.]: *Ethnic Entrepreneurs: Immigrant Business in Industrial Societies*. Newbury Park et al.: 13–48.
- WELSCH, W. (1992): *Transkulturalität. Lebensformen nach der Auflösung der Kulturen*. *Information Philosophie*, **2**: 5–20.
- WERLEN, B. (1997): *Sozialgeographie alltäglicher Regionalisierungen. Band 2: Globalisierung, Region und Regionalisierung*. Stuttgart. = *Erdkundliches Wissen*, **119**.
- WILPERT, C. (1998): *Migration and Informal Work in the New Berlin: New Forms of Work or New Sources of Labour?* *Journal of Ethnic and Migration Studies*, **24** (2): 269–294.
- ZfT [Zentrum für Türkeistudien; Hrsg.] (1989): *Türkische Unternehmensgründungen: Von der Nische zum Markt?* Opladen.
- ZfT [Zentrum für Türkeistudien] (2001): *Die ökonomische Dimension der türkischen Selbständigen in Deutschland und in der Europäischen Union*. Essen.

Manuskriptannahme: 7. Januar 2003

Dr. ROBERT PÜTZ, Johannes-Gutenberg-Universität Mainz,  
Geographisches Institut, 55099 Mainz  
E-Mail: r.puetz@geo.uni-mainz.de