



**TECHNISCHE  
UNIVERSITÄT  
WIEN**  
Vienna University of Technology

## DIPLOMARBEIT

### **Migrantenökonomien im Wirkungsfeld Stadtteil: die Bedeutung der Migrantenökonomie als lokal verankerte Ökonomie.**

**Eine räumlich differenzierte Analyse der unternehmerischen Aktivität von MigrantInnen  
anhand zweier Stadtteile in Wien.**

ausgeführt zum Zwecke der Erlangung des akademischen Grades einer Diplom-Ingenieurin  
unter der Leitung von

Ao. Univ. Prof. Mag. Dr. Alexander Hamedinger  
E 280/6 Department für Raumplanung  
Fachbereich Soziologie

eingereicht an der Technischen Universität Wien  
Fakultät für Architektur und Raumplanung

von

Claudia Auzinger, Bakk. techn.  
Matr.Nr.: 0608882  
Große Schiffgasse 18/12, A-1020 Wien

### **Eidesstattliche Erklärung**

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Masterarbeit selbstständig verfasst, keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt, sowie alle wörtlich oder sinngemäß übernommenen Stellen der Arbeit gekennzeichnet habe.

Ich versichere, dass ich diese Hochschulschrift bisher weder im In- oder Ausland in irgendeiner Form als Prüfungsarbeit vorgelegt habe.

Wien, April 2015

Auzinger Claudia

## KURZFASSUNG

Vor dem Hintergrund, dass Zuwanderung gesellschaftlich und politisch zunehmend als Bedrohung denn als notwendiger Bestandteil von Stadtentwicklung wahrgenommen wird, richtet diese Arbeit den Blick auf den Beitrag der ökonomischen Aktivitäten von MigrantInnen für einzelne Stadtteile. Die unter dem Begriff MigrantInnökonomie zusammengefassten Betriebe treten häufig konzentriert in sogenannten benachteiligten Quartieren auf. In Verbindung mit dem Konzept „Lokale Ökonomie“ werden in dieser Arbeit die vielschichtigen Funktionen, welche die von Zuwanderern oder ihren Nachkommen geführten Kleinunternehmen in diesen Stadtteilen leisten, herausgearbeitet. Gleichzeitig wird dabei nach dem Einfluss des lokalen Kontextes auf ihre Handlungsperspektiven gefragt.

Anhand des Brunnenviertels im 16. Wiener Gemeindebezirk sowie des Gebietes um die Quellenstraße im 10. Bezirk wird der Verwobenheit des Stadtteils mit der MigrantInnökonomie empirisch nachgegangen und damit ihr Charakter und ihre Bedeutung als Stadtteilbetriebe verdeutlicht. Der methodische Schwerpunkt der empirischen Analyse wird auf qualitative, leitfadengestützte Interviews mit lokalen UnternehmerInnen mit Migrationshintergrund sowie lokalen ExpertInnen gelegt.

Der Stadtteil als Analyseebene wird nicht einfach zur territorialen Abgrenzung herangezogen sondern als Wirkungsfeld, welches inhaltlich bestimmt werden muss, wahrgenommen. Auf raumtheoretischer Grundlage werden dementsprechend die Untersuchungsgebiete, die als durch gesellschaftliche Kräfte geformte Räume aufgefasst werden, in verschiedenen Raumkomponenten charakterisiert. Diese räumliche Perspektive ermöglicht eine strukturierte und detaillierte Auseinandersetzung mit dem Quartier und bildet den Hintergrund für weitere Analyseschritte. Der durch die transkribierten Interviews entstandene Textkorpus bildet schließlich das Material für eine inhaltsanalytische Auswertung zur Beantwortung der zentralen Forschungsfragen.

Über ihre lokalen Einbettungsformen zeichnen sich die betrachteten Kleinunternehmen als Stadtteilbetriebe aus. Durch die vielfältigen Verbindungen zur nahen Umgebung ist ihre Geschäftstätigkeit, neben strukturellen Rahmenbedingungen, maßgeblich durch lokale Faktoren beeinflusst. Gleichzeitig spielen sie für das Stadtviertel und die lokale Wohnbevölkerung in Hinblick auf die Nahversorgung, die Nutzungsvielfalt, die Schaffung von Kommunikations- und Begegnungsorten, die Bereitstellung von Arbeits- und Ausbildungsplätzen und den Einfluss auf das Stadtteilimage eine besondere Rolle. Ebenso wirkt sich die Quartiersbindung förderlich auf das Engagement der UnternehmerInnen für die Umgebung aus.

Die Anerkennung und Wertschätzung der Leistungen der MigrantInnökonomie stellen wesentliche Voraussetzungen dar, ihre Förderung strategisch in den Instrumenten der Stadtentwicklung stärker zu verankern. Die Notwendigkeit der Unterstützung erklärt sich sowohl aus der Bedeutung der unternehmerischen Selbstständigkeit für die MigrantInnen selbst, als auch aus den Potentialen ihrer ökonomischen Aktivitäten für die Stadtteilentwicklung.

## ABSTRACT

Against the background of an increasing social and political perception of immigration rather as a threat than a constitutive element of urban development, this thesis focuses on the contribution of the economic activities by immigrants to urban quarter development. Migrant economies are often concentrated in disadvantaged urban quarters. In the light of the concept “Local Economies”, the thesis investigates the manifold functions of small-scale migrant enterprises in these areas. Simultaneously the impact of the local context on their economic activity is scrutinized.

The interrelation between migrant economies and the urban quarter is studied empirically on the basis of two neighbourhoods in Vienna: the “Brunnenviertel” in the 16<sup>th</sup> district as well as the area around the “Quellenstraße” in the 10<sup>th</sup> district. Hence, the character and significance of migrant economies as so-called “Stadtteilbetriebe”, the business related part of Local Economies, can be illustrated. Guided interviews with migrant entrepreneurs and local experts build the core method of data collection in empirical research.

The urban quarter as a research layer is not primarily used for territorial delimitation. First and foremost it is seen as a sphere of influence, which has to be determined in its substance. Therefore, based on spatial theory, the survey sites are analysed in four spatial components. This spatial perspective enables a structured and detailed analysis of the urban quarters, which frames the following research. Finally, a qualitative content analysis of the transcribed interviews provides answers to the central research questions.

Through their local embeddedness the analysed migrant small-scale enterprises can be characterised as important part of the local economy. Due to their manifold relations to the vicinity, their economic activity is, apart from structural conditions, also influenced by local factors. At the same time, their businesses play an important role for the urban quarter and the residential population: in terms of local supply, the variety of uses and supply, the influence on the image of the neighbourhood, the creation of places of communication and chance encounters as well as the provision of workplaces and training opportunities. Besides, the bonding to the quarter can be supportive to the local engagement of the entrepreneurs.

The acknowledgement and appreciation of the contributions of migrant economy is an essential precondition for anchoring their support in strategic planning tools of urban development. The necessity of the promotion of migrant economy arises from the importance of self-employment for migrants as well as their relevance for urban development.

## **DANKSAGUNG**

Ein großer Dank gilt meinen InterviewpartnerInnen, ohne deren Zeit und Auskunftsbereitschaft vorliegende Arbeit nicht in dieser Form entstanden wäre. Ebenso danke ich meinem Betreuer Ao.Univ.Prof Mag. Dr. Alexander Hamedinger, der für regelmäßige Betreuungs- und Korrekturtermine stets zur Verfügung stand, was erheblich zum Arbeitsfortschritt beitrug. Für die Ermöglichung eines Studiums, sowohl finanziell aber vor allem durch den positiven Rückhalt und die mir gelassene Freiheit, mich auf Umwegen schließlich dieser Studienrichtung zu widmen, möchte ich meinen Eltern einen besonderen Dank aussprechen. Darüber hinaus möchte ich diesen Platz nutzen, um meinen Freunden und insbesondere meiner Schwester Stephanie zu danken, die mich auf unterschiedlichste Weise – durch sorgfältiges Korrektur lesen, im Zuhören, Fragen stellen sowie durch vielfältige Ablenkungen – unterstützen.

# INHALTSVERZEICHNIS

KURZFASSUNG	III
ABSTRACT	IV
<b>I. EINLEITUNG</b>	<b>1</b>
1.1 Problemhintergrund und Relevanz	1
1.2 Erkenntnisinteresse und Forschungsfragen	2
1.3 Aufbau der Arbeit und methodische Herangehensweise	2
1.4 Qualitatives leitfadengestütztes Interview als zentrale Methode der Datenerhebung	4
<b>2. MIGRANTENÖKONOMIEN ALS FORSCHUNGSFELD</b>	<b>6</b>
2.1 Definitionen und Begriffsabgrenzung	6
2.2 Erklärungsmodelle zur Entstehung und zur Funktionsweise migrantischer Ökonomien	9
<b>3. LOKALE ÖKONOMIEN UND STADTTEILBETRIEBE</b>	<b>14</b>
3.1 Lokale Ökonomie als interdisziplinäres Fachgebiet	15
3.2 Das Konzept Lokale Ökonomie in einer räumlichen, normativen und deskriptiven Annäherung	15
3.3 Stadtteil- und Quartiersbetriebe als Teilbereich der lokal verankerten Ökonomie	19
<b>4. MIGRANTENÖKONOMIE ALS STADTTEILBETRIEBE BZW. LOKAL EINGEBETTETE ÖKONOMIE</b>	<b>22</b>
4.1 Funktionen und Bedeutung der Stadtteilbetriebe für die Quartiersentwicklung	22
4.2 Funktionen und Bedeutung von Migrantenökonomien für die Stadtteilentwicklung im wirtschafts- und sozialwissenschaftlichen Diskurs	23
4.4 Hürden der Unternehmensgründung für MigrantInnen	27
<b>5. DER STADTTEIL ALS GESELLSCHAFTLICHER RAUM</b>	<b>30</b>
5.1 Raum als gesellschaftlich produziert und handlungsstrukturierend	31
5.1.1 Gesellschaftlicher Raum – Raum als Produkt gesellschaftlicher Verhältnisse	31
5.1.2 Relationaler Raum – Raum im Wechselverhältnis von Struktur und Handeln	33
5.1.3 Das Image als die symbolische Dimension des Raumes	34
5.2 Eine räumliche Perspektive in der empirischen Analyse	36
5.2.1 Der Stadtteil als gesellschaftlicher Raum in der empirischen Analyse	37
5.2.2 Die Lokalisierung des Raumes – zur Festlegung des <i>Stadtteils</i> als Analyseebene	38
5.2.3 Empirische und analytische Erfassung des Stadtteils in seinen raumkonstituierenden Komponenten	39
<b>6. STRUKTURELLE RAHMENBEDINGUNGEN DER MIGRANTENÖKONOMIE IN WIEN</b>	<b>41</b>
6.1 Einwanderungsstadt Wien (ab der Gründerzeit)	41
6.2 Struktur und Charakteristik der Migrantenökonomie in Wien	46
6.3 Rechtliche Rahmenbedingungen der unternehmerischen Selbstständigkeit von Zuwanderern	52
6.4 Institutionelle Rahmenbedingungen der unternehmerischen Selbstständigkeit von Zuwanderern	55
6.4.1 Integrationspolitik Wien	55
6.4.2 Lokale Ökonomie und Migrantenökonomie in Instrumenten der Stadtentwicklung?	56
6.4.3 Die Bedeutung der Stadtverwaltung und wirtschaftsbezogenen Institutionen für die Migrantenökonomie	58

7.	<u>DIE EMPIRISCHE ANALYSE DER MIGRANTENÖKONOMIE ZWEIER STADTTEILE WIENS – ZUR AUSWAHL DER FALLGEBIETE</u>	62
8.	<u>FALLANALYSE INNERFAVORITEN - QUELLENSTRASSE</u>	64
8.1	Innerfavoriten als räumlicher Kontext der lokalen Migrantenökonomie	64
8.1.1	Historischer Hintergrund Favoriten	64
8.1.2	Das materiell-physische Substrat der Quellenstraße	65
8.1.3	Gesellschaftliche Interaktions- und Handlungsstrukturen Innerfavoriten	70
8.1.4	Institutionalisiertes und normatives Regulationssystem Innerfavoriten	72
8.1.5	Image Favoriten – zwischen Lebendigkeit und Problembezirk	74
8.2	Migrantenökonomie der Quellenstraße als lokal eingebettete Ökonomie	78
8.2.1	Art und Intensität der lokalen Einbindung	78
8.2.2	Der Einfluss des Quartiers auf das unternehmerische Handeln	83
8.2.3	Der Beitrag der Migrantenökonomie für die Stadtteilentwicklung	91
9.	<u>FALLANALYSE BRUNNENVIERTEL – OTTAKRINGER STASSE, YPPENPLATZ, BRUNNENGASSE</u>	100
9.1	Das Brunnenviertel als räumlicher Kontext der lokalen Migrantenökonomie	100
9.1.1	Historischer Hintergrund Bezirk Ottakring	100
9.1.2	Das materiell-physische Substrat des Brunnenviertels	100
9.1.3	Gesellschaftliche Interaktions- und Handlungsstrukturen im Brunnenviertel	106
9.1.4	Institutionalisiertes und normatives Regulationssystem Brunnenviertel	109
9.1.5	Image Brunnenviertel – zwischen Hype und Gentrifizierung	112
9.2	Migrantenökonomie des Brunnenviertels als lokal eingebettete Ökonomie	116
9.2.1	Art und Intensität der lokalen Einbindung	116
9.2.2	Der Einfluss des Quartiers auf das unternehmerische Handeln	123
9.2.3	Der Beitrag der Migrantenökonomie für die Stadtteilentwicklung	130
10.	<u>SCHLUSSFOLGERUNGEN</u>	139
11.	<u>ZUSAMMENFASSUNG</u>	147
	<u>QUELLENVERZEICHNIS</u>	152
	<u>ABBILDUNGSVERZEICHNIS</u>	160
	<u>TABELLENVERZEICHNIS</u>	161
	<u>ANHANG</u>	I
	Überblick InterviewpartnerInnen	i
	Interviewleitfaden: UnternehmerInnen mit Migrationshintergrund	ii
	Interviewleitfaden: MitarbeiterInnen der Gebietsbetreuungen	iii
	Transkripte Interviews	v

# 1. EINLEITUNG

## 1.1 Problemhintergrund und Relevanz

Zwei gesellschaftliche bzw. städtische Herausforderungen, wie sie in einigen europäischen Städten zu beobachten sind, bilden den Anstoß für diese Arbeit, welche den Blick auf die Bedeutung der unternehmerischen Aktivität von MigrantInnen für den Stadtteil richtet: die zunehmende Wahrnehmung von Zuwanderung als Bedrohung bzw. die fehlende Anerkennung von Zuwanderung als notwendiger Bestandteil von Stadtentwicklung als auch die Herausbildung benachteiligter Stadtgebiete, deren Wohnbevölkerung sich hauptsächlich aus sozial benachteiligten Personen zusammensetzt.

„Großstädte entstehen und wachsen durch Zuwanderung. Zuwanderung ist konstitutiver Bestandteil von Stadtentwicklung“ (Häußermann/Oswald 1997: 9). Trotz der Notwendigkeit von Zuwanderung für das Funktionieren der Städte, für die ökonomische, soziale und kulturelle Bereicherung, wird sie häufig als Bedrohung wahrgenommen, nicht zuletzt durch die Hetze fremdenfeindlicher Politiken. Die Stadt als „Integrationsmaschine“, die sich im Laufe des 20. Jahrhunderts durch ökonomisches Wachstum und stadtpolitische Regulierung als Ort für die Integration von Fremden und für ein friedvolles Zusammenleben unterschiedlicher sozialer Milieus erwies (vgl. Heitmeyer 1998: 444), scheint heute zunehmend in Frage gestellt.

Tendenzen der sozialräumlichen Segregation, der Herausbildung von benachteiligten Räumen in der Stadt, in welchen sich sozial und ökonomisch diskriminierte Bevölkerungsgruppen – MigrantInnen, ältere Menschen, Menschen mit niedrigem Bildungsniveau, Arbeitslose – konzentrieren, sind Folge und Abbild des ökonomischen Strukturwandels und der Deregulierung in der Wohnraumversorgung (siehe dazu Häußermann 1998: 164ff). Gerade solche als benachteiligt definierte Stadtteile, über die häufig als Konfliktgebiete oder als Bedrohung für das Image der Stadt diskutiert wird (vgl. Weck 2005: 11), sind oftmals konzentrierte Standorte von MigrantInnen geführten Unternehmen, die so manchen Benachteiligungen entgegenwirken, deren Funktionen für den Stadtteil jedoch oft wenig Anerkennung finden. Diese mit dem Begriff MigrantInnenökonomie bezeichneten Betriebe machen mittlerweile einen hohen Anteil der Selbstständigenrate vieler Städte aus. In ihrer Erscheinungsform als Kleinbetriebe – häufig im Bereich des Einzelhandels und der Gastronomie – sind sie als Teil der lokal verankerten Ökonomie anzusehen, deren Förderung für eine nachhaltige Stadtentwicklung unentbehrlich ist. Als Stadtteilbetriebe, dem unternehmensbezogenen Bereich der lokal verankerten Ökonomie, übernehmen sie nicht nur eine wichtige Versorgungsfunktion, sondern sind auch für die Nutzungsvielfalt im Stadtteil, die Bereitstellung von Gelegenheiten für Interaktion und Kommunikation und damit die Etablierung sozialer Netzwerke, die sich über die Unternehmen aufspannen, für die ansässige Wohnbevölkerung und deren gesellschaftliche Teilhabe von besonderer Bedeutung (vgl. Läßle 2004: 113). Angesichts so mancher Benachteiligungen am unselbstständigen Arbeitsmarkt bietet die selbstständige Erwerbsarbeit MigrantInnen selbst eine alternative Möglichkeit zur gesellschaftlichen Teilhabe. Ebenso fungieren sie insbesondere auch für andere Zugewanderte als Integrationsort auf Stadtteilebene, sei es in ihrer Funktion als ArbeitgeberInnen oder Treffpunkt und Anlaufstelle.

Sowohl aufgrund der Bedeutung der unternehmerischen Selbstständigkeit für MigrantInnen selbst, als auch angesichts ihres Potentials für die Stadtteilentwicklung ist die MigrantInnenökonomie mit mehr Aufmerksamkeit zu betrachten. Als Bestandteil der lokal verankerten Ökonomie muss sie in Stadtteilentwicklungsstrategien, die auf die Aktivierung endogener Potentiale setzen, stärker miteinbezogen werden. Dafür ist ein Bewusstsein der Funktionen von MigrantInnenökonomien für die Stadtteile notwendig. Nur so kann die notwendige gesellschaftliche und politische Wertschätzung erreicht werden, welche nicht zuletzt die Basis für die strategische Verankerung der Unterstützung der MigrantInnenökonomie ist. „Um migrantische Ökonomien als Chancen für eine zukunftsorientierte Stadtentwicklung nutzen zu können, bedarf es zunächst einer Perspektive, welche die Leistungen dieser unternehmerischen Tätigkeiten anerkennt (...)“ (Bergmann 2011: 66). Diese Arbeit nimmt eine solche Perspektive ein, indem sie die Relevanz der MigrantInnenökonomie als Stadtteilbetriebe für die Stadtteilentwicklung herausarbeitet.

Als Voraussetzung zur Unterstützung der Selbstständigkeit von MigrantInnen ist ebenso die Auslotung ihrer Probleme und Entwicklungsperspektiven erforderlich.

## 1.2 Erkenntnisinteresse und Forschungsfragen

Bisherige Forschungen setzten sich vor allem mit den Entstehungsbedingungen und Funktionsweisen migrantischer Ökonomien auseinander – auf welche im theoretischen Teil Bezug genommen wird – sowie Problemen und Hindernissen bei der Unternehmensgründung (Waldinger/Aldrich/Ward 1990; Light/Rosenstein 1995, Sen/Goldberg 1996). Auch die Integrationswirkung selbstständigen Unternehmertums wurde in einigen empirischen Arbeiten thematisiert (Schuleri-Hartje 2005). Der Beitrag für das Quartier insgesamt, sowohl für die eigene ethnische Community als auch die Mehrheitsgesellschaft, beziehungsweise für die Stadtteilentwicklung wurde bisher nur wenig betrachtet. Nicht nur aus den eingangs dargelegten Überlegungen, sondern auch angesichts dieses Forschungsdefizites wird in dieser Arbeit dem Beitrag migrantischer Ökonomien für das Quartier – anhand des Konzeptes „Lokale Ökonomie“ – nachgegangen sowie der Einfluss des Stadtteils – in der Konzeption als gesellschaftlicher Raum – auf die Handlungsperspektiven der migrantischen UnternehmerInnen analysiert. Aus Letzterem wird schließlich der Vernachlässigung des räumlichen Kontextes bei Forschungen zu migrantischen Ökonomien, wie Rekers/Van Kempen (vgl. 2000:55) feststellen, Rechnung getragen.

Diese beiden Perspektiven – die Bedeutung der UnternehmerInnen für den Stadtteil als auch die Bedeutung des Stadtteils für die UnternehmerInnen – lenken den Blick auf die Verflechtungen bzw. das Wechselverhältnis der Migrantenökonomie als Stadtteilbetriebe mit dem Stadtteil. Anhand nachfolgender Forschungsfragen soll diese Verwobenheit der Migrantenökonomien mit dem Quartier erforscht und damit ihr Charakter und ihre Bedeutung als Stadtteilbetriebe sichtbar gemacht werden. Als Ausgangspunkt wird zunächst der Stadtteil im Sinne eines „gesellschaftlichen Raumes“ in verschiedenen Raumkomponenten charakterisiert (1.). Anschließend werden migrantische UnternehmerInnen als Bestandteil der lokal verankerten Ökonomie über ihre lokalen Verbindungen (2.1.), über die Bedeutung des Stadtteils für ihr Handeln (2.2.) sowie durch ihre Funktionen für den Stadtteil analysiert (3.).

1. Wie lassen sich die Stadtteile in ihrem physisch-materiellen Substrat, in den gesellschaftlichen Interaktionsstrukturen, im institutionalisierten/normativen Regulationssystem sowie im Image charakterisieren?
2. Inwiefern lassen sich Migrantenökonomien als lokal eingebettete Ökonomien charakterisieren?
  - 2.1. In welcher Art und welcher Intensität bestehen Verbindungen der Migrantenökonomie zum Stadtteil? Welche lokalen, aber auch überlokalen Bindungen weisen sie auf?
  - 2.2. Inwieweit hat der Stadtteil in den unterschiedlichen räumlichen Dimensionen Einfluss auf die unternehmerische Aktivität von MigrantInnen? Welche Chancen und Probleme birgt der lokale Kontext?
3. Welchen Beitrag leistet die Migrantenökonomie für den Stadtteil im Sinne lokal eingebetteter Ökonomien?

## 1.3 Aufbau der Arbeit und methodische Herangehensweise

Nachfolgend wird der Ablauf und Aufbau der Arbeit mit den angewendeten Methoden der Informationsgewinnung und -verarbeitung sowie den Verbindungen der Kapitel zu den jeweiligen Forschungsfragen dargestellt. Die Arbeit besteht aus einem theoretischen und einen empirischem Teil. Als Grundlage für die empirische Arbeit erfolgte zunächst auf Basis vorhandener Literatur eine theoretische Auseinandersetzung mit dem Forschungsfeld migrantische Ökonomien: nach einer Auseinandersetzung mit dem Begriff „ethnische“ und „migrantische“ Ökonomie (Kap. 2.1) wird ein Überblick und eine kritische Einschätzung bisheriger Erklärungsmodelle zu deren Entstehungsbedingungen und Funktionsweise gegeben (Kap. 2.2). Diese Diskussion soll den Blick dafür schärfen,

welche Faktoren in der Forschung als entscheidend für die Selbstständigkeit von MigrantInnen angesehen und welche bisher vernachlässigt wurden, als auch den eigenen Forschungsansatz begründen. (> **Literaturrecherche**)

Da Migrantenökonomien in dieser Arbeit als Teil der lokalen Ökonomien betrachtet werden bzw. ihre Bedeutung diesbezüglich für den Stadtteil erarbeitet wird, erfolgt anschließend anhand entsprechender Literatur eine nähere Erörterung des Konzeptes „Lokale Ökonomie“ mit Fokus auf den Teilbereich der Stadtteil- und Quartiersbetriebe (Kap. 3). Dabei werden jene Aspekte herausgearbeitet, anhand derer die lokale Einbettung (*Bezug zu Forschungsfrage 2.1*) der Migrantenökonomie analysiert werden soll. Über den sozial- und wirtschaftswissenschaftlichen Diskurs wird schließlich auch der Charakter der Migrantenökonomie als Stadtteilbetriebe deutlich gemacht (Kap. 4). Daraus werden Anhaltspunkte für die empirische Analyse des Beitrages der Migrantenökonomie für den Stadtteil abgeleitet (*Bezug zu Forschungsfrage 3*). Ebenso werden auf Basis praxisnaher wissenschaftlicher Studien jene strukturellen Hürden aufgezeigt, von denen besonders MigrantInnen in der Unternehmensgründung betroffen sind. (> **Literaturrecherche**)

Stadtteilbetriebe haben nicht nur besondere Bedeutung für den Stadtteil, der Stadtteil stellt auch ein Wirkungsfeld für das unternehmerische Handeln dar. Durch die theoretische Auseinandersetzung mit verschiedenen Raumtheorien wird die eigene Raumvorstellung abgeleitet (Kap. 5). Der Stadtteil wird demnach als Lokalisierung eines gesellschaftlichen Raumes wahrgenommen und als solcher im empirischen Teil analysiert. Am Ende des Kapitels stehen jene raumkonstituierenden Aspekte, anhand derer die einzelnen Stadtteile erfasst und charakterisiert werden (*Bezug zu Forschungsfrage 1*) und die darüber hinaus den Analysehintergrund für den Einfluss des Stadtteils auf das unternehmerische Handeln der MigrantInnen bilden (*Bezug zu Forschungsfrage 2.2*). (> **Literaturrecherche**)

Als Einführung in den empirischen Teil, welcher auf zwei Stadtteile Wiens – das Brunnenviertel im 16. Bezirk sowie das Gebiet um die Quellenstraße im 10. Bezirk – fokussiert, wird zunächst auf Stadtebene die Geschichte Wiens als Einwanderungsstadt (Kap. 6.1) umrissen, welche sowohl die Bedeutung der Zuwanderung – wie etwa in der Gastarbeiteranwerbung – illustriert als auch den Hintergrund für die heutige Zusammensetzung der Wiener Bevölkerung bildet. Anschließend werden der Bestand und die Struktur der Migrantenökonomie in Wien auf Basis verschiedener Studien dargestellt (Kap. 6.2.). Neben dem Stadtteilkontext spielen natürlich auch rechtliche, politische und institutionelle Rahmenbedingungen eine Rolle für die Situation und das Handeln von UnternehmerInnen mit Migrationshintergrund. Folglich werden Gewerbe- und aufenthaltsrechtliche Bestimmungen (Kap. 6.3), die Integrationspolitik Wiens (Kap. 6.4.1), die Relevanz Lokaler Ökonomie und der Migrantenökonomie in stadtentwicklungspolitischen Instrumenten (Kap. 6.4.2) als auch verschiedene Institutionen, die in Bezug zur Migrantenökonomie stehen (Kap. 6.4.3), beleuchtet. (> **Literaturrecherche, Dokumentenanalyse, ExpertInneninterview, Sekundäranalyse statistischer Daten**)

Auf die Begründung der Auswahl der Fallbeispiele (Kap. 7) erfolgt die Analyse der Stadtteile und der dort ansässigen Migrantenökonomie. Nach einem kurzen geschichtlichen Abriss der Stadtteile, werden sie inhaltlich in den verschiedenen Raumkomponenten (Kap.8.1/9.1) erfasst (*Beantwortung FF 1*). Dazu wurde ein Methodenmix aus **Literaturrecherche, Dokumentenanalyse** (Planungsdokumente, empirische Studien, Arbeitsberichte, Erhebungen der Gebietsbetreuungen), einer **Sekundäranalyse statistischer Daten**, einer **inhaltsanalytischen Auswertung von Zeitungsartikeln** und **qualitativen Interviews** angewendet.<sup>1</sup> Anschließend wird auf Basis qualitativer Leitfadeninterviews mit migrantischen UnternehmerInnen und ExpertInnen den lokalen und überlokalen Verbindungen der Migrantenökonomie (*Beantwortung Forschungsfr. 2.1*), dem Einfluss des Stadtteils auf ihre Handlungsperspektiven (*Beantwortung Forschungsfr. 2.2*) sowie ihren Funktionen für den Stadtteil nachgegangen (*Beantwortung Forschungsfr. 3*). In den Schlussfolgerungen erfolgt schließlich noch einmal die kompakte Beantwortung der Forschungsfragen als auch die Darstellung neuer Erkenntnisse, die sowohl für die Forschung als auch für die Planung relevant sind. Darüber hinaus wird auf Einschränkungen der eigenen Arbeit hingewiesen.

---

<sup>1</sup> Zur Zuordnung der jeweiligen Methode der Informationsgewinnung zu den einzelnen Raumkomponenten bzw. Analyseaspekten siehe Kap. 5.2.3

## 1.4 Qualitatives leitfadengestütztes Interview als zentrale Methode der Datenerhebung

Den methodischen Schwerpunkt der Informationsgewinnung der empirischen Analyse zur Beantwortung der zentralen Forschungsfragen bildet das qualitative, leitfadengestützte Interview, welches mit UnternehmerInnen mit Migrationshintergrund und ExpertInnen geführt wurde. Die Wahl für diese Methode der qualitativen empirischen Sozialforschung erklärt sich aus dem Forschungsinteresse. Bei den Fragen nach der Wahrnehmung des Stadtteils und dessen Bedeutung für die Handlungsperspektiven der UnternehmerInnen geht es darum, Zugang zu subjektiven Einschätzungen und Sichtweisen zu erlangen, wofür sich gerade qualitative Interviewformen eignen. Die Frage nach dem Beitrag der Migrantenökonomie für den Stadtteil, bei der es zwar zum Teil um quantitative Aspekte wie um die Bereitstellung von Arbeits- und Ausbildungsplätzen geht, zielt vor allem darauf ab, den vielfältigen Funktionen im Sinne von Stadtteilbetrieben nachzugehen. Diese erschließen sich häufig erst im Laufe einer qualitativen Interviewsituation, da sie mitunter weniger bewusst von den UnternehmerInnen wahrgenommen werden. Da mit standardisierten Befragungen kein derartiger Gesprächsfluss erzeugt werden kann, erscheint auch hier das qualitative Interview zielführender. Zur Lenkung des Gesprächs auf das Forschungsinteresse dient ein strukturierender Interviewleitfaden. Trotz dieses qualitativen Fokus stellen quantitative Methoden, z.B. der Rückgriff auf statistische Daten, vor allem in Hinblick auf die Interpretation eine sinnvolle Ergänzung dar.

### Auswahl der InterviewpartnerInnen

ExpertInneninterviews: Unter ExpertIn wird hier nach Meuser/Nagel (1991: 443) eine Person verstanden, die „in irgendeiner Weise Verantwortung trägt für den Entwurf, die Implementierung oder die Kontrolle einer Problemlösung“ oder die „über einen privilegierten Zugang zu Informationen über Personengruppen oder Entscheidungsprozesse verfügt.“ Die ExpertInnen sind als „FunktionsträgerInnen“ von Interesse, als „RepräsentantInnen einer Organisation oder Institution“. Dementsprechend wurden für die ExpertInneninterviews MitarbeiterInnen der lokalen Gebietsbetreuungen ausgewählt, da sie wichtige örtliche Institutionen darstellen und als lokale ExpertInnen einen guten Einblick in Entwicklungen und das Zusammenleben im Stadtteil haben. Darüber hinaus sind sie durch verschiedene Arbeitsschwerpunkte und Projekte gerade für die lokale Migrantenökonomie von Relevanz. Die gewonnenen Informationen der Interviews dienten zum einen der Charakterisierung der Stadtteile hinsichtlich des *sozialen Klimas* im Stadtteil (Kap. 8.1.3/9.1.3), der Darstellung ihrer eigenen Bedeutung als *Teil des institutionalisierten Regulationsystems* (Kap. 8.1.4/9.1.4) sowie des *Bildes des Stadtteiles* in ihrer Wahrnehmung (Kap. 8.1.5/9.1.5). Zum anderen wurde nach dem *Beitrag der Migrantenökonomie* für den Stadtteil aus ihrer Sicht gefragt (Kap. 8.2.3/8.2.4). Als weiterer lokaler Experte im Brunnenviertel wurde ein langansässiger Gastronom und Vereinsvertreter interviewt, der vor allem mit den Entwicklungen rund um den Yppenplatz vertraut ist. Auf Basis der Analyse institutioneller Rahmenbedingungen wurde darüber hinaus ein Interview mit einer Vertreterin der Wirtschaftsagentur Wien geführt, welche durch ihre Arbeit im Rahmen des Serviceprogramms „Migrant Enterprises“ von besonderer Bedeutung für die Förderung der Migrantenökonomie ist.

UnternehmerInneninterviews: die UnternehmerInneninterviews dienten einerseits dazu, die *Wahrnehmung der Stadtteile in der Binnenperspektive* als Ergänzung zur Perspektive der MitarbeiterInnen der Gebietsbetreuung als auch zum Image, wie es in den Medien transportiert wird, darzustellen (Kap. 8.1.5/9.1.5). Vor allem stellen sie jedoch die Informationsbasis zur Beantwortung der Fragen nach der *lokalen Einbindung* der UnternehmerInnen (Kap. 8.2.1/9.2.1), dem *Quartiereinfluss auf ihre Handlungsperspektiven* (Kap. 8.2.2/9.2.2) sowie ihren *Funktionen für das Quartier* (Kap. 8.2.3/9.2.3) dar. Durch die relativ geringe Anzahl an InterviewpartnerInnen je Stadtteil ist eine repräsentative Darstellung nicht möglich. Für eine Annäherung daran wurde jedoch versucht die Auswahl der InterviewpartnerInnen hinsichtlich der Herkunft ihrem Anteil an der lokalen Migrantenökonomie entsprechend zu treffen. In Bezug auf die Branchen wurde grundsätzlich versucht einen Querschnitt und damit die Vielfalt des Angebots abzubilden. Eine Einschränkung der Branchenauswahl ergab sich dadurch, da diese Arbeit auf die im Stadtbild sichtbaren Stadtteilbetriebe der Erdgeschosszonen fokussiert. Die tatsächliche Auswahl wurde vor allem in Bezug auf die Branchen letztendlich sehr stark durch die vorhandene oder fehlende Bereitschaft der UnternehmerInnen für ein Interview beeinflusst. Folglich wurden in der Quellenstraße neben einer indischen Geschäftsfrau und einem kroatischen Geschäftsmann vor allem türkische Geschäftsleute interviewt. Im Brunnenviertel setzen sich die InterviewpartnerInnen zu gleichen Teilen aus türkischen und aus den

Nachfolgestaaten Jugoslawiens stammende UnternehmerInnen zusammen. Bei den Branchen handelt es sich schließlich weitgehend um die „klassischen“ Branchen der Migrantenökonomie im Bereich Gastronomie, Friseurgewerbe und Einzelhandel, wobei es innerhalb derer sehr unterschiedliche Qualitäten und Nuancen gibt. Insgesamt wurden in der Quellenstraße sieben, im Brunnenviertel sechs Kaufleute befragt.

### **Vorbereitung und Durchführung der Interviews**

Sowohl für die ExpertInnen- als auch UnternehmerInneninterviews wurden Leitfäden erstellt (siehe Anhang). Der Leitfaden strukturiert einerseits das Gespräch und lenkt die Fragen auf das Forschungsinteresse, lässt aber gleichzeitig durch die offenen Fragestellungen und dem nicht zwingenden Charakter genug Spielraum für ein Gespräch, welches auch andere, für die/den InterviewpartnerIn wichtige Aspekte hervorbringen kann. Nichtsdestotrotz sind auch „Faktenfragen“ im Leitfaden enthalten. Die Leitfadenerstellung orientierte sich am SPSS-Prinzip nach Helfferich (vgl. 2011: 182ff), welches die Schritte „Sammeln“, „Prüfen“, „Sortieren“ und „Subsummieren“ umfasst. So wurden zunächst möglichst viele Fragen gesammelt, die den Forschungsgegenstand betreffen. Diese wurden von Anbeginn der Arbeit festgehalten. Anschließend wurde die Frageliste anhand verschiedener Prüffragen auf Inhalt und Formulierung geprüft. Schließlich wurden sie den jeweiligen Erkenntnisinteressen entsprechend nach inhaltlichen Aspekten sortiert und in Blöcke strukturiert. Darüber hinaus wurden die Fragen in Haupt- und Unterfragen eingeteilt bzw. Unterfragen für bestimmte Fragen formuliert, die eine zusätzliche Erzählaufforderung darstellen.

Die UnternehmerInnen wurden vor Ort zu Geschäftszeiten aufgesucht und mit ihnen direkt Interviews durchgeführt oder Termine vereinbart. Alle Gespräche fanden in den Geschäften statt und dauerten zwischen 20 und 90 Minuten. Die meisten Interviews wurden mit einem Aufnahmegerät aufgezeichnet und wörtlich transkribiert. Bei den zwei UnternehmerInnen, die eine Aufzeichnung ablehnten, wurden Gesprächsprotokolle verfasst. Ein Interview wurde aufgrund eines technischen Defektes des Aufnahmegerätes als Gedächtnisprotokoll festgehalten. Im Laufe der Interviews zeigte sich die besondere Qualität leitfadengestützter, aber dennoch offener qualitativer Interviews: so kam es immer wieder vor, dass manche Aspekte oder Themen auf welche bestimmte Fragen abzielten, zum Teil „nebenbei“ in einem anderen Kontext erwähnt wurden.

### **Auswertung der Interviews**

Die Auswertung der Interviews erfolgte nach der qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring (2010). Die transkribierten Interviews bzw. die Gesprächsprotokolle stellen den Textkorpus – die fixierte Kommunikation – dar, der inhaltsanalytisch ausgewertet wurde. Kennzeichnend für die sozialwissenschaftliche Inhaltsanalyse im Allgemeinen ist der Anspruch fixierte Kommunikation systematisch, regel- und theoriegeleitet zu analysieren (vgl. ebd.: 12f). Als Analysetechnik wurde die „inhaltliche Strukturierung“ angewendet, welche zum Ziel hat, Material zu bestimmten Themen zu extrahieren und zusammenzufassen (vgl. ebd.: 94). Dabei werden entlang eines Kategoriensystems relevante Textbestandteile herausgefiltert, paraphrasiert und zusammengefasst. Diese Strukturierungsdimensionen wurden in dieser Arbeit deduktiv hergeleitet. Dazu wurden in der theoretischen Vorarbeit (Kap. 3/4/5) aus dem wirtschafts- und sozialwissenschaftlichen Diskurs an den jeweiligen Forschungsfragen orientierte Aspekte (siehe Tab.1 und Tab.2) herausgearbeitet, anhand derer der Textkorpus ausgewertet wurde. Die einzelnen Ausprägungen der Kategorien wurden nach einem ersten Materialdurchlauf festgelegt. Bei der Frage nach dem Einfluss des Quartiers war die Bildung der Kategorien stärker an das Material der Interviews angelehnt. Als Grobkategorien wurden die einzelnen Raumkomponenten (Kap. 5.2.3) herangezogen. Zur Nachvollziehbarkeit wird das Ablaufmodell der zentralen Analyseschritte, welches das systematische und regelgeleitete Vorgehen illustriert, in unten stehendem Diagramm dargestellt. Für jede Forschungsfrage wurde dieser Durchgang gesondert durchgeführt. Im Analyseprozess wurden zur Interpretation des Materials sowohl Bezüge zur Theorie als auch zu Erkenntnissen der vorangegangenen Charakterisierung der Stadtteile hergestellt.

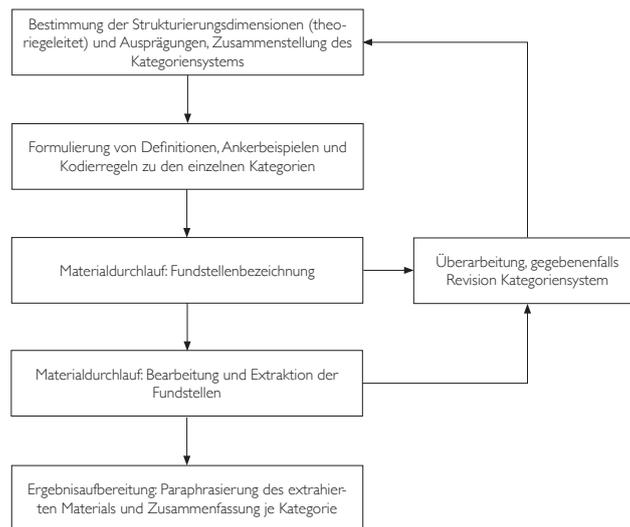


Abb. 1: Ablaufschema der strukturierenden Inhaltsanalyse (eigene Darstellung nach Mayring 2010: 93)

## 2. MIGRANTENÖKONOMIEN ALS FORSCHUNGSFELD

Die oft als Klein- und Mittelbetriebe von MigrantInnen selbstständig geführten Betriebe sind wichtiger und zunehmend sichtbarer Bestandteil vieler Städte. Schon in den 70er Jahren wurden in Großbritannien die von ImmigrantInnen geführten Unternehmen als Chance gesehen, ausgestorbene und unattraktive Stadtzentren ökonomisch neu zu beleben (vgl. Haberfellner/Koldaş 2004: 257).

Auch in den Sozial- und Wirtschaftswissenschaften wurden seit den 70ern migrantische Ökonomien vermehrt zum Forschungsgegenstand. Dieses Forschungsinteresse vollzog sich parallel zum Aufkommen von migrantischen Unternehmen. Folglich erschienen die ersten wissenschaftlichen Arbeiten in den USA (Light 1972; Bonacich/Modell 1980; Bonacich 1987) und Großbritannien, Länder in denen die Selbstständigkeit von MigrantInnen sich schon früher im Stadtbild bemerkbar machte (vgl. Kloosterman/Rath 2000: 3).

Für ein umfassendes Verständnis der unternehmerischen Selbstständigkeit von MigrantInnen folgt zunächst eine Auseinandersetzung mit dem Begriff „ethnische“ bzw. „migrantische“ Ökonomien sowie ein Überblick und eine kritische Einschätzung bisheriger Forschungs- und Erklärungsansätze zur Entstehung und Funktionsweise von Migrantenökonomien, aus der sich nicht zuletzt der eigene Forschungsansatz ergibt.

### 2.1 Definitionen und Begriffsabgrenzung

Die unternehmerische Selbstständigkeit von Zuwanderern, die in dieser Arbeit mit dem Begriff Migrantenökonomie bezeichnet wird, wird im deutschsprachigen Diskurs häufig unter der Kategorie „ethnische Ökonomie“ subsummiert (siehe Haberfellner 2000, Enzenhofer et.al. 2007). Ebenso finden sich im internationalen wissenschaftlichen Diskurs die Ausdrücke „ethnic business“ und „ethnic enclave economy“ (siehe Bonacich 1993; Waldinger 1990). Mit den Termini „ethnische Ökonomie“ bzw. „ethnic business“ wird dabei die erwerbstätige Selbstständigkeit – ArbeitgeberInnen und deren Beschäftigte – einer *ethnischen* Gruppe angesprochen. Der Begriff impliziert damit nicht notwendigerweise einen Migrationsvorgang, sondern bezeichnet generell die ökonomische Selbstständigkeit einer ethnischen Minderheit, welche auch traditionell in dem betrachteten Land ansässig sein kann (vgl. Haberfellner 2000: 13). Mit „ethnic enclave economy“ oder „ethnischen Kolonien“ wird eine spezielle Ausprägung von ethnischen Ökonomien bezeichnet, in der die einer ethnischen Minderheit angehörigen UnternehmerInnen räumlich sehr stark konzentriert sind und es enge Verflechtungen mit der eigenen Community gibt.

Die Bezeichnung *ethnische* Ökonomie wird von manchen AutorInnen kritisch betrachtet, da damit bestimmte Vorstellungen impliziert werden (vgl. Timm 2000; Schmidt 2000; Pütz 2004). Der unreflektierten Verwendung des Begriffs mit der Betonung des Ethnischen liegt oftmals ein essentialistisches und statisches Verständnis von Kultur zugrunde, in welchem Kultur als Markierung von Grenzen und zum Aufzeigen von Unterschieden dient. „Ethnisches Unternehmertum“ impliziert dann die Idee ethnisch homogener Gebilde, durch welche heterogene Akteure ethnisiert werden, ihnen also auf die Herkunftskultur bezogene Gruppeneigenschaften zugeschrieben werden. Das Ethnische sei demnach entscheidend für ökonomisches Handeln. Explizit finden sich solche kulturalistischen Erklärungsansätze zur Entstehung und Funktionsweise von Migrantenökonomien im Kulturmodell (siehe Kapitel 2.2). Während der Kulturansatz schon umfassend kritisiert wurde und kaum mehr in aktuellen Forschungsarbeiten verfolgt wird (vgl. Fischer-Kraphol 2007: 210), wird der Begriff „ethnische Ökonomien“ in theoretischen und empirischen Studien vielfach weiterhin unreflektiert verwendet und damit Ethnizität als natürliche, nicht zu hinterfragende Gegebenheit angenommen. „Die Zugehörigkeit zu einer ethnischen Gruppe erscheint statisch und eindeutig, die Homogenität der ethnischen Gemeinschaft fraglos und die Grenzen der Ethnie klar zu bestimmen. Außerdem wird kaum jemals gefragt, ob die unterstellten Merkmale ethnischen Unternehmertums nicht auch in anderen Bereichen des Kleinunternehmertums anzutreffen sind.“ (Schmidt 2000: 340). Trotz dieser Kritik schließt Schmidt (2000: 358) nicht aus, dass auch Ethnizität – in einer weniger essentialistischen Auffassung – prägende Einflüsse auf das Unternehmertum haben kann. Ethnizität könne Ergebnis, jedoch nicht Ausgangspunkt und Prämisse einer Analyse sein. Um sich von einem ethnisierenden Zugang zu lösen, der Handlungen aufgrund der ethnischen Zugehörigkeit zu erklären versucht, schlägt Timm (2000: 370) vor, die behauptete Ethnizität jeder Gesellschaft in seine Komponenten aufzulösen und zu analysieren, wofür sie sich auf die Bourdieu'schen Kapitalsorten bezieht. Vermeintlich *ethnische* Ressourcen, wie beispielsweise die Nutzung familiärer Netzwerke zur Unterstützung des Unternehmens, werden in diesem Sinne als soziales Kapital und nicht als etwas spezifisch Ethnisches – als Eigenschaft einer Gruppe – verstanden.

In der folgenden Arbeit wird der Begriff Migrantenökonomie verwendet und damit – in Anlehnung an Schuleri-Hartje (2005: 21) – die selbstständige Erwerbstätigkeit von Personen mit Migrationshintergrund und abhängige Beschäftigung in von Personen mit Migrationshintergrund geführten Betrieben zusammengefasst. Im Zentrum der Betrachtung stehen jene migrantischen UnternehmerInnen, die als ethnische Minderheiten in Österreich auftreten und deren Herkunftshintergrund außerhalb der „alten“ EU-Staaten, also jene die vor 2004 Mitglied der EU waren, liegt.<sup>2</sup> Im Unterschied zur Definition von Schuleri-Hartje, in der sie von der „selbstständigen Erwerbstätigkeit einer *ethnischen* Gruppe“ spricht, wird in dieser Arbeit explizit auf Personen mit Migrationshintergrund Bezug genommen. Damit soll verdeutlicht werden, dass nicht die ethnische Zugehörigkeit<sup>3</sup> an sich, sondern der Zuwandererstatus und das Dasein als ethnische Minderheit als Abgrenzung des Forschungsfeldes gilt. Bestimmte auf die Herkunftskultur bezogene Gruppeneigenschaften, die durch die Betonung der ethnischen Zugehörigkeit im Begriff „ethnische Ökonomie“ impliziert werden, werden in dieser Arbeit nicht als vordergründige Einflussfaktoren auf das wirtschaftliche Handeln der selbstständigen UnternehmerInnen angesehen und sind auch nicht Untersuchungsgegenstand. Mit der Kategorie *Migrationshintergrund* erfolgt die Abgrenzung einer Gruppe von Personen, die häufig strukturell benachteiligt sind. Als Erklärungsfaktor für das Handeln der UnternehmerInnen kann er nur insoweit herangezogen werden, als dieses als Antwort auf strukturelle Benachteiligungen erfolgt. Darüber hinaus bleibt sein Erklärungsgehalt beschränkt, da im Begriff Migrationshintergrund völlig unterschiedliche Migrationsgeschichten und -erfahrungen zusammengefasst werden (vgl. Perchinig 2010: 2)<sup>4</sup>. Für die zentralen Fragestellungen dieser Arbeit – der Beitrag von Migrantenökonomien für das Quartier und der Einfluss des Quartiers auf ihr Handeln – geht es weder darum, Unterschiede im ökonomischen Denken und Handeln zwischen bestimmten

---

<sup>2</sup> Damit wird die Gruppe heutiger Drittstaatsangehöriger um ehemalige Drittstaatsangehörige erweitert.

<sup>3</sup> Darüber hinaus können auch „autochthone“ ÖsterreicherInnen als ethnische Gruppe kategorisiert werden, womit der Begriff „ethnische Ökonomie“ ebenso österreichische UnternehmerInnen miteinschließen würde.

<sup>4</sup> Auch der Begriff Internationale/r MigrantIn hat über einen simplen internationalen Wohnsitzwechsel keine Aussagekraft, da er makrohistorische als auch subjektive Dimensionen ausblendet. In seiner kritischen Auseinandersetzung mit den Begriffen MigrantIn bzw. Migrationshintergrund kommt Perchinig (vgl. 2010: 6) zu dem Schluss, dass Migration mit seinen unterschiedlichen Migrationsmustern, -motiven, -kontexten ein zu komplexes Phänomen ist, um es mit einem einzigen Begriff adäquat zu fassen.

Ethnien nachzugehen noch den kulturellen oder Migrationshintergrund als Erklärungsfaktor heranzuziehen, sondern einen spezifischen räumlichen Kontext als von Migrantenökonomien beeinflusst als auch auf sie beeinflussend zu untersuchen und mögliche räumliche Unterschiede festzustellen. Die Einbettung von Migrantenökonomien im Stadtteilkontext steht also im Vordergrund.

Da, wie Perchinig (vgl. 2011: 20) es formuliert, Migrationshintergrund keine selbstevidente Definitionskategorie für die Abgrenzung von Beobachtungs- und Analyseeinheiten ist, stellt sich die Frage, warum eine gesonderte Betrachtung der wirtschaftlichen Aktivitäten von Personen, die im Migrationskontext stehen, als eigenes Forschungsfeld relevant und legitim ist. Wenn in dieser Arbeit von Migrantenökonomie gesprochen wird, impliziert dies eine Unterscheidung zwischen Einheimischen und Zuwanderern als UnternehmerInnen. Diese analytische Abgrenzung scheint insofern legitim, als die Selbstständigkeit von Zuwanderern oftmals unter anderen ökonomischen und rechtlichen Voraussetzungen entsteht bzw. durch andere lokale, ökonomische, institutionelle und rechtliche Bedingungen geprägt ist. Die damit empirisch beobachtbaren Unterschiede bzw. Spezifika in den wirtschaftlichen Aktivitäten von Personen mit Migrationshintergrund, für die jedoch die ethnische Zugehörigkeit kein ausreichender Erklärungsfaktor ist, zeigen sich etwa in der Besetzung ökonomischer Nischen (siehe Kapitel 2.2), im Angebot spezifischer Produkte und Dienstleistungen, die von einheimischen Unternehmen nicht offeriert werden, oder in ihrer Rolle als hauptsächliche ArbeitgeberInnen für andere MigrantInnen (vgl. Haberfellner 2012; Floeting 2009).

Ferner löst die in vielen Städten beobachtbare Konzentration von Migrantenökonomien bzw. von bestimmten Gruppen „die Sichtbarkeit ihrer ökonomischen Tätigkeiten“ (Everts 2008: 12) und die Wahrnehmung im Stadtbild mitunter mehr Kontroversen (vgl. Schuleri-Harje 2005: 81) in der einheimischen Bevölkerung aus, als es bei alt eingesessenen Unternehmen der Fall ist. Verdrängungs- und Überfremdungsängste in der Mehrheitsbevölkerung versperren den Blick auf den Wert ihrer ökonomischen Aktivität. Vor dem Hintergrund, dass in der öffentlichen und politischen Wahrnehmung der Beitrag von Selbstständigen mit Migrationshintergrund zu wenig erkannt wird, erhält die gesonderte Betrachtung der unter dem Begriff Migrantenökonomie zusammengefassten UnternehmerInnen ebenso Relevanz. Ziel der Arbeit ist es, ihre Leistungen sichtbar zu machen und damit die öffentliche und politische Wertschätzung zu erhöhen. Gleichzeitig muss einem aber die Ambivalenz einer solchen Abgrenzung bewusst sein. So wird auch im Wiener Integrationsbericht (Stadt Wien – MA17 2012: 12) angemerkt, dass die „Heranziehung des Migrationshintergrunds ein ständiger Drahtseilakt zwischen der Sichtbarmachung einer zentralen gesellschaftspolitischen Herausforderung und der latenten Stigmatisierung eines großen Teils der Gesellschaft ist“ und dies „allen an der migrationspolitischen Debatte Teilnehmenden klar sein muss“. Die Kategorie Migrationshintergrund ist einerseits ein wichtiges Instrument, „um versteckte und offene Diskriminierung bzw. eine mangelnde Kompetenz im Umgang mit sozio-kultureller Vielfalt in Gesellschaft und Institutionen sichtbar zu machen“ (ebd.), birgt aber auch eine diesem Ziel entgegenwirkende Gefahr der Stereotypisierung.

Wo beginnt, wo endet der Migrationshintergrund? Dazu gibt es je nach Land, Stadt oder auch Institution zum Teil unterschiedliche Definitionen. Orientiert an der diesbezüglichen Auffassung der Stadt Wien, werden in dieser Arbeit als Personen mit Migrationshintergrund sowohl jene bezeichnet, die in einem anderen Land geboren und nach Österreich eingewandert sind (1. Generation), als auch jene, die zwar selbst in Österreich geboren sind, aber zumindest ein Elternteil einen Migrationsvorgang durchlebt hat (2. Generation).

Natürlich stellen Personen mit Migrationshintergrund genauso wenig wie die der Migrantenökonomie zugerechneten UnternehmerInnen eine homogene Gruppe dar. Durch die Breite des Begriffes Migrationshintergrund werden Personen, die ganz unterschiedliche Migrationserfahrungen gemacht haben, deren Sozialisation sich im Herkunftsland oder im Einwanderungsland vollzogen haben kann, zusammengefasst. Ebenso differenziert sich die Gruppe entlang verschiedener anderer Kriterien, wie etwa Geschlecht, Bildung oder Aufenthaltstitel. Personen mit Migrationshintergrund sind entweder im Besitz der österreichischen oder einer ausländischen Staatsbürgerschaft. Der daraus resultierende, unterschiedliche rechtliche Status kann insbesondere bei Drittstaatsangehörigen Einfluss auf die unternehmerische Tätigkeit haben (siehe Kap.6.3).

Da in dieser Arbeit nicht „ethnische“ sondern räumliche Faktoren im Vordergrund stehen, ist nicht eine bestimmte Ethnie sondern der Stadtteil Ausgangspunkt für die empirische Analyse. Durch den Fokus auf zwei Wiener Stadtteile, in denen die Migrantenökonomie sehr konzentriert in Erscheinung tritt, wird eine räumliche Abgrenzung des Forschungsfeldes vorgenommen.

## 2.2 Erklärungsmodelle zur Entstehung und zur Funktionsweise migrantischer Ökonomien

Im Folgenden wird ein Überblick über die in den letzten Jahrzehnten entwickelten Theorien und Modelle zur Erklärung unternehmerischer Selbstständigkeit von MigrantInnen gegeben, die Entstehungsbedingungen, Gründungsmotive, Funktionsweise und Strategien von migrantischen Selbstständigen und Unterschiede im unternehmerischen Erfolg zwischen verschiedenen ethnischen Gruppen im Fokus hatten. Dabei werden ebenso kritische Stimmen in Bezug auf die jeweiligen Ansätze beleuchtet und allgemeine Defizite der Forschung dargestellt.

Teilweise werden die Abgrenzungen zwischen den Ansätzen unterschiedlich gezogen. Während beispielsweise Fischer-Kraphol (2007) das „Kulturmodell“ vom „Ressourcenansatz“ unterscheidet, fasst Haberfellner (2000b) beide im Kulturmodell zusammen. Die folgenden Ausführungen orientieren sich primär an der Unterscheidung der einzelnen Modelle nach Fischer-Kraphol (2007: 200ff).

Entsprechend der in den jeweiligen Konzepten angenommenen Einflussfaktoren auf die Selbstständigkeit von MigrantInnen bzw. ethnischen Minoritäten lassen sich die Erklärungsmodelle in kulturalistische und strukturelle Ansätze unterteilen (vgl. ebd.: 200), obwohl die Zuordnung in diese beiden Kategorien oftmals nicht ganz eindeutig ist. **Kulturalistische Ansätze** betonen das *Ethnische* der Ökonomien und sehen in den vermeintlich homogenen kulturellen Eigenschaften bestimmter Gruppen die entscheidenden Faktoren für das Entstehen und die Funktionsweise der wirtschaftlichen Aktivität von MigrantInnen. Dieser Gruppe können das „Kulturmodell“ (Wiebe 1984) sowie der „Ressourcenansatz“ (Elschenbroich 1995; Light/Rosenstein 1995) zugeordnet werden. Das „Nischenmodell“, welches Fischer-Kraphol ebenfalls als kulturalistischen Ansatz sieht, lässt sich weniger eindeutig zuordnen, da auch Marktbedingungen und somit strukturelle Gegebenheiten berücksichtigt werden. Ebenso kann der „Interaktionsansatz“, in welchem erstmals versucht wird, strukturelle Rahmenbedingungen mit gruppenspezifischen Charakteristika zu verbinden (Waldinger et. al. 1990), im Schnittpunkt dieser beiden Argumentationsrichtungen angesiedelt werden, während in Fischer-Kraphol aufgrund der Betonung ethnischer Strategien den kulturalistischen Ansätzen zugeordnet. In den **strukturellen Ansätzen** werden gesellschaftliche, ökonomische und politische Rahmenbedingungen als fördernde oder behindernde Einflüsse für die Betriebsgründung und -führung in den Vordergrund gestellt. Als rein struktureller Ansatz gilt das „Reaktionsmodell“ (Bukow 1996).

Andere AutorInnen sprechen bei einer Einteilung der Ansätze von Opportunitätenmodellen, die wiederum die strukturellen Rahmenbedingungen in den Vordergrund stellen, sowie von Ressourcenmodellen, welche die gemeinsamen Eigenschaften von Menschen gleicher Herkunft hervorheben (vgl. Pütz 2004: 15ff). Da eine solche Einordnung der Ansätze nicht immer eindeutig und von verschiedenen AutorInnen unterschiedlich gehandhabt wird, wird im Folgenden auf diese Kategorisierung verzichtet.

### Kulturmodell

Die Frage, warum sich manche ImmigrantInnengruppen häufiger selbstständig machen als andere, wird im Kulturmodell mit der besonderen kulturellen Eignung bestimmter Ethnien für eine erfolgreiche Unternehmensführung beantwortet (vgl. Haberfellner 2000b: 49). Kulturelle Werte und Normen der Herkunftsländer werden als ausschlaggebend für das unternehmerische Verhalten angesehen, was sich in Aussagen wie der „türkische Unternehmergeist“ widerspiegelt. Wiebe (1984) als ein Vertreter dieses Modells hebt diesen Zusammenhang zwischen Nationalität und wirtschaftlichem Verhalten in seiner empirischen Studie zu türkischen Gewerbetreibenden in Kiel besonders hervor, in dem er ihnen ein „Festhalten an traditionellen Verhaltensweisen, die aus der Herkunftsregion stammen“ zuschreibt und diese als „Basarmentalität“ bezeichnet (vgl. ebd.: 325 nach Fischer-Kraphol 2007: 202).

Grundsätzlicher Kritikpunkt am Kulturmodell ist die ihm inhärente essenzialistische Auffassung von Kultur. Das Kulturmodell basiert auf einem starren, vom Herkunftsland bestimmten, klar abgrenzbaren Verständnis von Kultur, welche territorial verortbar ist. Eine solch starre Kulturkonzeption tendiert einerseits dazu, durch die Konstruktion „des Anderen“ Diskriminierung und Ausgrenzung zu befördern (vgl. Pütz 2003: 77).<sup>5</sup> Zudem werden Anpassungen oder Veränderungen im Verhalten durch Erfahrungen in der Aufnahmegesellschaft bzw. durch den Migrationsvorgang ausgeschlossen und einer bestimmten Migrantengruppe ein homogener kultureller Hintergrund zugeschrieben. Damit können aber unterschiedliche Verhaltensweisen von Personen gleicher Herkunft nicht erklärt werden (vgl. Goldberg/Şen 1997: 69; Fischer-Kraphol 2007: 202). Ebenso bleibt ungeklärt, warum ImmigrantInnen bei mangelnder unternehmerischer Tradition im Herkunftsland Unternehmen im Zuwanderungsland gründen (vgl. Haberfellner 2000 b: 49). Der Erkenntnisgewinn des Kulturmodells ist demnach sehr beschränkt.

Neben diesem starren Kulturverständnis wird als weiteres Defizit der ausschließliche Fokus auf die MigrantInnen selbst konstatiert, externe Strukturfaktoren und Rahmenbedingungen bleiben ausgeblendet. Rath und Kloosterman (2000: 666) kritisieren diesen „ethnischen“ Fokus folgendermaßen: „Explanations for every aspect of immigrant entrepreneurial behaviour are directly related to ethnocultural traditions, ethnic moral frameworks and ethnic behaviour patterns, ethnic loyalties or ethnic markets. Thus they reduce immigrant entrepreneurship to an ethnocultural phenomenon existing within an economic and institutional vacuum.“ Kulturalistische Ansätze erklären migrantische Ökonomien zu einem ethnischen Phänomen, was ebenso in einer unreflektierten Verwendung des Begriffes „ethnische“ Ökonomie zum Ausdruck kommt (siehe Kapitel 2.1).

### **Ressourcenansatz**

Auch im Ressourcenansatz wird der kulturelle Kontext – jedoch nicht so deterministisch wie im Kulturmodell – als die zentrale Einflussgröße für die Entstehung und Etablierung von migrantischen Ökonomien angesehen. Weniger wird eine gruppeneigene Mentalität betont, als die Aktivierung spezifischer, gemeinsamer ethnischer Ressourcen, welche sich vorteilhaft in Hinblick auf Informations- und Kapitalbeschaffung, sowie MitarbeiterInnen- und Kundenakquisition auswirken kann, für die Unternehmensführung in den Vordergrund gestellt (vgl. Fischer-Kraphol 2007: 203; Hillmann/Sommer 2011: 35).

Light/Rosenstein (1995: 22) definieren ethnische Ressourcen als „... sociocultural and demographic features of the whole group that coethnic entrepreneurs actively utilize in business or from which their business passively benefits.“ Dabei werden nur solche als ethnische Ressourcen bezeichnet, die kollektiv in einer Gruppe auftreten: „Ethnic resources characterize a group, not isolated members. Therefore, if A enjoys a resource, but his coethnics do not, A’s resource is not ethnic“ (ebd.: 22). Unter ethnische Ressourcen werden also jene verstanden, auf die durch die Nutzung des sozialen Netzwerkes der ethnischen Community zurückgegriffen werden kann. Als typische ethnische Ressourcen werden verschiedene Formen von Solidarität, wie die gegenseitige Kreditvergabe, spezifisch ethnische kooperative Strukturen der Wirtschaftstätigkeit, aber auch bestimmte Orientierungen und Werte wie in der ethnischen Gruppe vermeintlich vorherrschende Arbeitstugenden oder auch Konsumgewohnheiten benannt. Gleichmaßen wird in vielen Arbeiten der starke Familienverbund, der hinsichtlich flexibler Arbeitskräftenutzung und Kapitalbeschaffung eine wichtige Ressource für die Geschäftsgründung darstellt, betont (vgl. Fischer-Kraphol 2007: 203).

Kritisch wird das Ressourcenmodell dahingehend betrachtet, dass zum einen ethnische Zugehörigkeit nicht ausreichend definiert wird und damit auch der Begriff ethnische Ressourcen unscharf bleibt. Ebenso sind Erklärungen mit einem ausschließlichen Bezug auf ethnische Ressourcen zu einseitig, wenn andere Rahmenbedingungen der Aufnahmegesellschaft ausgeblendet bleiben (vgl. ebd.: 204; Haberfellner 2000 b: 49). Pütz (vgl. 2003: 78) merkt schließlich an, dass die oftmals als ethnisch bezeichneten Ressourcen, wie „relational embeddedness“ und „ethnic capital“ (Ligth/Rosenstein 1995: 171) auf die Konzepte „Embeddedness“ von

---

<sup>5</sup> Pütz stellt sich darauf die Frage, wie Kultur und unternehmerisches Handeln konzeptualisiert werden können, ohne in eine essenzialistische Falle zu tappen. Dabei scheint ihm das Konzept der „Transkulturalität“ hilfreich, anhand dessen der Blick weg von Fragen der Ausprägung vermeintlich homogener Kulturen hin zu Fragen der Praxis der Grenzziehungen, die Akteure ständig vornehmen, gelenkt wird (vgl. Pütz 2003: 78). Siehe dazu auch „Transkulturalität als Praxis“ (Pütz 2009).

Granovetter (1985) und „Sozialkapital“ von Bourdieu (1983) zurückgehen, welche jedoch nicht auf die Herkunft oder ethnische Zugehörigkeit von UnternehmerInnen bezogen werden. Die damit bezeichneten sozialen Ressourcen, die im ökonomischen Handeln aktiviert werden können, werden im Kontext von Migrantenökonomien zu ethnischen umgedeutet.

### **Nischenmodell**

Ausgangspunkt zur Erklärung der Selbstständigkeit von MigrantInnen im Nischenmodell ist die Existenz einer ethnischen Enklave – einer regionalen Konzentration von Angehörigen einer ethnischen Gruppe – mit spezifischen Konsumbedürfnissen. Diese Präferenzen werden nicht am einheimischen Warenmarkt bereit gestellt, wodurch eine ungedeckte Nachfrage – eine Nische – entsteht.<sup>6</sup> Durch die damit erwarteten Absatzchancen mit ethnisch assoziierten Gütern und Dienstleistungen wird dem Erklärungsmodell zufolge die Selbstständigkeit von MigrantInnen befördert und ermöglicht. Kennzeichnend für Migrantenökonomien ist demnach ihre hauptsächliche Konzentration in Gebieten, in welchen ein hoher Anteil der eigenen ethnischen Gruppe lebt. Das Modell bezieht sich meist auf die erste Generation von Einwanderern bzw. auf die Anfangsphase der Geschäftsgründung. Dabei wird von einer zunächst ausschließlichen Orientierung an der ethnischen Community mit ihren spezifischen Konsumbedürfnissen ausgegangen. Mit der Zeit würde sich jedoch das Konsumverhalten der MigrantInnen an jenes der einheimischen Bevölkerung annähern und umgekehrt auch das Interesse der einheimischen Bevölkerung an Produkten und Dienstleistungen der Zugewanderten steigen (vgl. Goldberg/Şen 1997: 66). Auch scheint das Wachstumspotential bei einer ausschließlichen Orientierung auf die Herkunftsgruppe begrenzt, wodurch eine Ausrichtung auf einen erweiterten Kundenkreis häufig zur Notwendigkeit wird (vgl. Haberfellner 2007: 50).

Neben der *ethnischen* Nische – der ungedeckten Nachfrage am heimischen Markt nach spezifisch ethnischen Produkten und Dienstleistungen – beziehen sich manche AutorInnen (Waldinger 1990, Haberfellner/Koldaş 2004) in ihren Erklärungsansätzen auch auf die *ökonomische* Nische. Diese umfasst Branchen oder unternehmerische Strukturen, die für Einheimische nicht mehr attraktiv sind, sei es durch die geringen Erträge oder durch härtere Konkurrenzbedingungen zu anderen Unternehmensformen. Damit handelt es sich um einen Austauschprozess, in dem bereits existierende Nischen – durch den Rückgang an einheimischen Unternehmen in bestimmten Branchen – durch Immigranten neu besetzt werden. Waldinger (2000) bezeichnet dies als „niche succession“. Als Beispiel für einen solchen Prozess in Wien verweist Haberfellner (vgl. 2004: 261) unter anderem auf die Situation kleinerer LebensmittelhändlerInnen oder MarktstanderInnen. Während einheimische UnternehmerInnen durch die geringen Erfolgsaussichten ihr Geschäft aufgrund des ausgeprägten Konzentrationsprozesses im Einzelhandel zunehmend aufgeben, wurde diese Lücke im Lebensmitteleinzelhandel durch sich selbstständig machende MigrantInnen aufgefüllt.

Das Nischenmodell wird bei Erklärungen zu Migrantenökonomien häufig durch den Ressourcenansatz ergänzt. Dabei wird die ethnische Gruppe abseits ihrer Funktion als potentieller Kundenkreis auch in ihrer Rolle für die Beschaffung von Information, Beratung und Kapital sowie als Arbeitskräftereservoir thematisiert (Fischer-Kraphol 2007: 204).

Kritisch am Nischenmodell, welches einen nachfrageorientierten Ansatz darstellt, ist wiederum die einseitige Betrachtungsweise. Die Existenz einer KonsumentInnengruppe mit ähnlichen Konsumgewohnheiten durch gleiche Herkunft kann zwar eine notwendige oder hilfreiche aber keine ausreichende Bedingung für eine Geschäftsgründung sein. Externe Einflussfaktoren, wie etwa der rechtliche Zugang zu bestimmten Gewerben aber auch individuelle Motivationsstrukturen bleiben unberücksichtigt (vgl. Schuleri-Hartje 2005: 25).

### **Interaktionsansatz**

Im Interaktionsansatz werden die unternehmerische Selbstständigkeit von ImmigrantInnen und die Unterschiede einer erfolgreichen Geschäftsführung zwischen verschiedenen Zuwanderergruppen anhand zweier Dimensionen erklärt: günstige Rahmenbedingungen (Opportunitätsstrukturen) einerseits und Gruppencharakteristika (Ressourcen)

---

<sup>6</sup> Was bei den meisten AutorInnen als Nischenökonomie bezeichnet wird, ist von Blaschke/Ersöz (1987) unter dem Begriff Ergänzungsökonomie beschrieben worden (vgl. Goldberg/Şen 1997: 67).

andererseits. *Opportunitätsstrukturen* beziehen sich auf die Marktbedingungen sowie auf die den Zugang zur Selbstständigkeit beeinflussende rechtliche und wirtschaftsstrukturelle Ausgangslage. Günstig für die Geschäftsgründung wird primär das Vorhandensein eines „ethnischen Marktes“ gesehen, in welchem eine Nachfrage nach bestimmten Produkten und Dienstleistungen besteht. Bestimmte Marktbedingungen können aber auch den Eintritt in den „open market“ – den nicht auf bestimmte Zuwanderergruppen ausgerichteten Markt – begünstigen, wie beispielsweise die Aufgabe bestimmter Marktsegmente durch Einheimische, die durch wirtschaftliche Umstrukturierungsprozesse für diese nicht mehr attraktiv sind (vgl. Waldinger 1990: 21f). Hier wird deutlich, dass auch dieser Ansatz zum Teil die Argumentation des Nischenmodells verfolgt.

*Gruppencharakteristika*, der zweite Strang in der Begründung von migrantischer Selbstständigkeit, umfassen sowohl jene, die schon vor dem Migrationsvorgang vorhanden waren, als auch jene, welche als Reaktion auf Bedingungen in der Aufnahmegesellschaft entstanden sind. Schließlich wird auf die Mobilisierung von Ressourcen, die auf Basis der Netzwerke der ethnischen Community verfügbar sind, Bezug genommen. Waldinger et.al. gehen davon aus, dass bestimmte MigrantInnen für eine Geschäftsgründung prädisponiert sind und ihnen ethnische Ressourcen Wettbewerbsvorteile verschaffen. Die Frage, warum speziell MigrantInnen häufig Kleinunternehmen in jenen Bereichen gründen, die von Einheimischen aufgegeben wurden, wird durch den Bezug auf bestimmte prädisponierende Faktoren erklärt, die aus einem Zusammenspiel von ökonomischen, sozialen und psychologischen Gründen erwachsen. Beispielsweise bezieht sich Waldinger dabei auf die höhere Risikobereitschaft von ImmigrantInnen – durch die Annahme, dass der Entschluss zur Migration eine gewisse Risikobereitschaft voraussetzt – oder die Inkaufnahme eines niedrigeren Einkommens, da dieses dennoch höher sei als im Herkunftsland. Als weitere wichtige Komponente einer Unternehmensgründung wird die Mobilisierung ethnischer Ressourcen, insbesondere der sozialen Netzwerke innerhalb von Verwandtschaftsverhältnissen oder zwischen „co-ethnics“, betont. Durch Barrieren, die im formalen Zugriff auf Ressourcen bestehen, und Diskriminierungen, die Zuwanderern widerfahren, ist den Autoren zufolge für Einwanderer der Einsatz von informellen soziokulturellen Ressourcen von besonderer Bedeutung. Die Aktivierung und der Einsatz von ethnischen Ressourcen in den vorgefundenen und wahrgenommenen Opportunitätsstrukturen des Aufnahmelandes führen zur Herausbildung bestimmter Geschäftspraktiken, die als „ethnische Strategien“ bezeichnet werden (vgl. ebd.: 31ff).<sup>7</sup>

In diesem Ansatz von Waldinger et.al. (1990) werden erstmals externe Rahmenbedingungen gemeinsam mit ethnischen Ressourcen als Einflussfaktoren auf die unternehmerische Selbstständigkeit von MigrantInnen berücksichtigt. Dabei verwenden die Autoren die klassische Terminologie von Angebot und Nachfrage, um den „Markt“ für ethnisches Unternehmertum zu untersuchen, der aus einem „fit“ dieser beiden Dimensionen entsteht. Als Nachfragestruktur werden die ökonomischen Rahmenbedingungen, als Angebotsseite die Mobilisierung von Ressourcen betrachtet (vgl. Timm 2000: 340).

Obwohl das Modell durchaus einen Fortschritt in der Forschung zu Migrantenökonomien darstellte, indem nicht mehr nur soziokulturelle Faktoren, sondern auch die ökonomischen und institutionellen Rahmenbedingungen in die Analyse miteinbezogen werden, wurde es dennoch von einigen AutorInnen heftig kritisiert. Zum einen bezieht sich die Kritik auf die implizite neoliberalistische Betrachtung durch die Behauptung, dass sich durch Angebot (Mobilisierung von Ressourcen) und Nachfrage (Marktbedingungen) ein Marktgleichgewicht einstelle, welches die Entstehung von migrantischen Unternehmen befördere. Bei der Suche nach Marktgleichgewichten bleiben aber jene Fälle unberücksichtigt, wo dies nicht der Fall ist. Auch wird, wie bei anderen kulturalistischen Ansätzen, der ethnische Charakter einer Gruppe als Gegebenheit angesehen und unhinterfragt als Ausgangspunkt der Analyse herangezogen. Ebenso wird nicht danach gefragt, ob die den migrantischen Selbstständigen zugeschriebenen Merkmale nicht auch für andere (Klein-)UnternehmerInnen charakterisierend sind (vgl. Timm 2000: 340) bzw. was eigentlich die „ethnischen“ von einheimischen UnternehmerInnen unterscheidet (vgl. Rath 2000: 5). Rekers und Van Kempen (2000: 57) merken überdies an, dass mit dem Interaktionsansatz durch den Bezug auf Marktbedingungen und

---

<sup>7</sup> Bei der Analyse von Migrantenökonomien in Wien im Rahmen des Forschungsprojekt „Ethnic business – Integration vs. Segregation“ beziehen sich Regina Haberfellner et. al. (2000a) – mit einigen Anpassungen – auf den Interaktionsansatz als forschungsleitendes Modell.

rechtliche Zutrittsbarrieren zwar Unterschiede zwischen Ländern aufgezeigt werden können, jedoch nicht zwischen Städten beziehungsweise Stadtteilen.

Eine Weiterentwicklung des Interaktionsansatzes stellt das Konzept der „Mixed Embeddedness“ von Kloosterman und Rath (2001; 2010) dar. Ebenso werden in diesem Ansatz sowohl die individuellen AkteurInnen als auch strukturelle Rahmenbedingungen beleuchtet. Migrantische UnternehmerInnen werden als zweifach eingebettet betrachtet: in einen strukturellen Rahmen („institutionell embeddedness“) der durch den Arbeitsmarkt, die Politik und die Gesetzgebung geformt wird, sowie in persönliche soziale Netzwerke („social embeddedness“) (vgl. Everts 2008: 22). Der von Kloosterman und Rath entwickelte analytische Rahmen unterscheidet zwischen drei verschiedenen Analyseebenen, die miteinander in Verknüpfung gesetzt werden: die individuellen UnternehmerInnen mit ihren Ressourcen (Humankapital, finanzielles Kapital, soziales Kapital, ethnisches Kapital) auf der Mikroebene, lokale Opportunitätsstrukturen – die Möglichkeit in bestimmte Marktsegmente einzutreten – auf der Mesoebene, sowie politische und rechtliche Rahmenbedingungen auf der Makroebene. Mit ihrem Ansatz versuchen sie Unterschiede der Entstehungsbedingungen und Funktionsweise migrantischer Selbstständigkeit zwischen verschiedenen ethnischen Gruppen als auch in unterschiedlichen Marktsegmenten und Ländern zu erklären (vgl. Kloosterman 2010).

### **Reaktionsansatz**

Im Reaktionsansatz wird die Frage nach den strukturellen Rahmenbedingungen gestellt, die Auswirkung auf die Betriebsgründung von Zuwanderern haben. Unternehmerische Selbstständigkeit wird dabei nicht mit bestimmten Eigenschaften einer ethnischen Gruppe erklärt, sondern auf die Reaktion auf Diskriminierungen am Arbeitsmarkt und verweigerter berufliche Mobilität zurückgeführt (vgl. Bukow 1993:123).

Als entscheidender Einflussfaktor für den Handlungsspielraum von MigrantInnen wird der rechtliche Rahmen gesehen, der durch Bestimmungen über Aufenthaltstitel und gewerbespezifische Vorschriften einschränkend auf die Chancen von MigrantInnen am Arbeitsmarkt wirkt (vgl. Fischer-Kraphol 2007: 208). Unternehmerische Selbstständigkeit, wenn auch durch Zugangsbarrieren wie geforderte Qualifikationen oder Befähigungsnachweise erschwert, wird folglich als einzige Möglichkeit gesehen, sich am Arbeitsmarkt zu etablieren. Rechtliche Bestimmungen und deren Veränderungen werden dabei als Reaktion auf gesamtgesellschaftliche Entwicklungen gesehen. Die Rechtsordnung für Gewerbetreibende ist den Entwicklungen der Gesamtwirtschaft untergeordnet und wird von ihr bestimmt (vgl. Goldberg/Şen 1997: 71).

### **Zwischenresümee**

Die verschiedenen Erklärungsmodelle beziehen sich meist auf Teilaspekte, welche als Begründung für das Entstehen und die Funktionsweise von Migrantökonomien herangezogen werden. Im Kulturansatz werden primär kulturelle Werte und Traditionen der Zuwanderer als handlungsleitend für eine Unternehmensgründung aufgefasst. Dem Kulturkonzept liegt oftmals ein starres Kulturverständnis zugrunde, welches die Gefahr birgt, Stereotype zu produzieren und den Nährboden für Diskriminierung zu schaffen. Der Ressourcenansatz betont die Bedeutung ethnischer Ressourcen, die auf der ethnischen Zugehörigkeit und den damit verbundenen sozialen Netzwerken gründen. Ethnische Ressourcen sind dem Ansatz zufolge besonders bei der Kapitalbeschaffung, MitarbeiterInnenakquisition oder Informationsbeschaffung relevant. Das Vorhandensein von nachfrage- oder strukturbedingten ethnischen oder ökonomischen Nischen als Chance für die Unternehmensgründung durch Zuwanderer wird in verschiedenen Nischenmodellen als Erklärung herangezogen. Der Reaktionsansatz ist das Gegenstück zu den die Kultur oder ethnische Zugehörigkeit betonenden Erklärungsmodellen. Der Blick wird dabei auf rechtliche und am Arbeitsmarkt herrschende Bedingungen gerichtet und migrantische Selbstständigkeit als Antwort auf die dort gegebenen Diskriminierungen verstanden. Im Interaktionsansatz und dessen Weiterentwicklung im Konzept des Mixed Embeddedness werden schließlich strukturelle (Marktbedingungen, rechtlicher Zutritt zur Selbstständigkeit) als auch auf die Gruppe bezogene Eigenschaften als Einflussfaktoren für die unternehmerische Selbstständigkeit berücksichtigt. Gerade der Interaktionsansatz, welcher erstmals ein umfassenderes Modell bot, wurde jedoch nicht zuletzt durch seine ethnisierenden Annahmen und die geringe Elaboration der aufgestellten Einflussfaktoren heftig kritisiert.

In heutigen Forschungen zu Migrantenökonomien wird häufig nicht mehr auf ein spezifisches Modell Bezug genommen, sondern die verschiedenen Erklärungsansätze vernetzt verwendet und an konkreten Einzelfällen abgewogen (vgl. Fischer-Kraphol 2007: 209).

Neben den schon erwähnten Defiziten der einzelnen Modelle, formulieren Rekers und Van Kempen (vgl. 2000: 54ff) eine allgemeine Kritik an bisherigen Forschungsansätzen: „One factor remains underdiscussed in the literature on ethnic entrepreneurs: the spatial context. The differences between spatial contexts and the influence of those contexts on ethnic entrepreneurs have not been given due attention.“ Sie sehen bisherige Forschungsansätze aufgrund ihrer MigrantInnenzentriertheit unzulänglich und unvollständig und fordern die Kontextualisierung des Immigrant Business durch einen räumlichen Ansatz, der den bisher vorherrschenden „kulturalistischen“ und „strukturell-ökonomistischen“ Ansätzen zur Seite gestellt wird. Während ein großer Teil der Forschung auf die Unterschiede zwischen verschiedenen ethnischen Gruppen ausgerichtet war, soll ein räumlicher Blick Unterschiede zwischen Stadtteilen, Städten und Regionen erschließen. Damit werden Möglichkeiten und Hemmnisse der unternehmerischen Selbstständigkeit, die sich aus einem räumlichen Kontext ergeben, sichtbar (vgl. ebd.: 55f).<sup>8</sup> Ausgehend von der von Rekers und Van Kempen festgestellten Vernachlässigung der Betrachtung des lokalen Einflusses, erweitern Haberfellner und Koldaş den Nischenbegriff und betonen neben der *ethnischen* und *ökonomischen* nun auch die *lokale* Nische. Unter dem Begriff der lokalen Nische werden – wie bei Rekers/Van Kempen – ökonomische Entwicklungen (lokale Arbeitsmarktsituation, Branchenmix), KonsumentInnenstruktur (soziodemographische Charakteristika der Wohnbevölkerung, Lebensstile) und die urbane Umgebung (verfügbare Infrastruktur und Geschäftsräume, lokale Politiken) betrachtet (vgl. 2004: 262).

Die Kritik der Vernachlässigung des räumlichen Kontextes in bisherigen Forschungen zu Migrantenökonomien wird auch in dieser Arbeit aufgegriffen. In der empirischen Analyse wird daher eine räumliche Perspektive eingenommen. Nicht die Unterschiede zwischen verschiedenen Ethnien stehen im Vordergrund, sondern mögliche Unterschiede in der Bedeutung von Migrantenökonomien in verschiedenen Stadtteilen bzw. der Einfluss des Stadtteils auf Denken und Handeln migrantischer UnternehmerInnen. Der Rahmen für die empirische Analyse wird, anders als bei Rekers/Van Kempen oder Haberfellner/Koldaş, auf Basis verschiedener Raumkomponenten des Untersuchungsgebietes gebildet (siehe Kap. 5), die als mögliche Einflussfaktoren auf das unternehmerische Denken und Handeln aufgefasst werden. Somit wird ein anderer, wenn auch räumlicher, Ansatz als bei Rekers/Van Kempen verfolgt. Die oben diskutierten bestehenden Erklärungsansätze dienen als theoretischer Hintergrund und werden ergänzend, jedoch nicht als forschungsleitend, herangezogen.

### **3. LOKALE ÖKONOMIEN UND STADTTEILBETRIEBE**

Dem in Sozial- und Wirtschaftswissenschaften als auch Politik vielfach diskutierten Begriff „Lokale Ökonomien“ liegen unterschiedliche Definitionen und Absichten zugrunde. Er wird sowohl normativ als auch in deskriptiven Zugangsweisen diskutiert. Normativ wird er meist im Zusammenhang mit der sozioökonomischen Entwicklung in benachteiligten Stadtgebieten verwendet und als Handlungsfeld integrierter Stadtentwicklung wahrgenommen. Deskriptiv wird er zur Unterscheidung der verschiedenen Teilbereiche Lokaler Ökonomie und zu analytischen Zwecken herangezogen.

Stadtteilbetriebe werden als der unternehmensbezogene Teilbereich der Lokalen Ökonomie aufgefasst. Im Fokus dieser Arbeit stehen Stadtteilbetriebe, die der Migrantenökonomie zugerechnet werden können bzw. jener Teil der Migrantenökonomie, die sich als Stadtteilbetriebe auszeichnen.

---

<sup>8</sup> Rekers/Van Kempen (vgl. 2000: 58) beziehen sich mit ihrem räumlichen Ansatz auf die Unternehmensgründung und nehmen bei ihrer Analyse der Einflussfaktoren auf die Aspekte ökonomische Entwicklungen einschließlich der lokalen Politik, Konsumentenstruktur und die „urbane“ Umgebung Bezug.

### 3.1 Lokale Ökonomie als interdisziplinäres Fachgebiet

Der Begriff Lokale Ökonomie kam Anfang der 1980er in Großbritannien im Zusammenhang mit regional- und kommunalpolitischen Initiativen gegen Arbeitslosigkeit und wirtschaftlichen Niedergang auf. Im Rahmen von „local economic strategies“ versuchte u.a. das Greater London Council eine eigenständige kommunale Wirtschaftspolitik als Reaktion auf zunehmende Arbeitslosigkeit, Armut und verfallende Innenstädte in Folge eines äußerst liberalen und marktradikalen Thatcherismus aufzubauen. In Deutschland wurde der Begriff erstmals Mitte der 1980er im Rahmen eines interdisziplinären Forschungsprojektes an der TU Berlin wissenschaftlich aufgegriffen. Dabei wurden lokalökonomische Ansätze, wie sie in Form ökonomischer Selbsthilfe in Krisenregionen beobachtet werden konnten, miteinander verglichen und evaluiert. Folgende Aspekte dienten der Abgrenzung des Untersuchungsfeldes und werden auch heute noch als Elemente des Konzeptes Lokale Ökonomien aufgefasst (Birkhölzer 2000: 3):

- „Schaffung neuer Arbeits- und Einkommensmöglichkeiten am Ort
- Mobilisierung endogener Potentiale, insbesondere der brachliegenden Kenntnisse und Fertigkeiten der Bevölkerung
- Orientierung auf den Binnenmarkt, insbesondere auf die un- und unterversorgten Bedürfnisse und damit an der (Wieder-) Herstellung lokaler Wirtschaftskreisläufe.“

Durch die zunehmende Herausbildung von benachteiligten Stadtgebieten, die durch Arbeitslosigkeit, Armut, soziale Ausgrenzung und dem Niedergang lokaler Wirtschafts- und Versorgungsstrukturen gekennzeichnet sind, hat das Konzept international in Wissenschaft und Politik in den 1990ern vermehrt an Bedeutung erlangt. Die vielfältigen Strategien in Bezug auf Lokale Ökonomie für eine nachhaltige Entwicklung von Stadtteilen umfassen die Unterstützung der Betriebe vor Ort, die Förderung von Existenzgründungen, Beschäftigungs- und Qualifizierungsmaßnahmen als auch Ansätze zur Förderung der Gemeinwesenökonomie und sind meist in integrierte Handlungskonzepte eingebettet (vgl. DIFU 2006: 1). Im Gegensatz zu anderen europäischen Ländern, in denen es eine rege Auseinandersetzung um das Konzept Lokale Ökonomie im Zusammenhang mit Stadtentwicklung und städtischer Wirtschaftspolitik gibt, findet diese in Österreich nur am Rande statt. In Wien wurde das Thema Lokale Ökonomie erstmals durch eine vom Österreichischen Institut für Raumplanung (ÖIR) im Auftrag der Magistratsabteilung 18 (Stadtentwicklung und Stadtplanung) verfassten Studie umfassend bearbeitet.<sup>9</sup>

Aufgrund der wirtschaftswissenschaftlichen Neuorientierung im Konzept Lokale Ökonomie, in der wirtschaftliche Entwicklung nicht mehr auf quantitatives Wachstum und Profit reduziert wird, sondern als sozioökonomische Entwicklung in einem umfassenden Sinne verstanden wird, in welchem soziale und ökologische Aspekte miteinbezogen werden, stellt der Ansatz ein interdisziplinäres Fachgebiet dar. So beschäftigen sich neben Sozial- und Wirtschaftswissenschaften auch die Stadtplanung, Erziehungs- und Politikwissenschaften mit dieser Forschungsrichtung.

### 3.2 Das Konzept Lokale Ökonomie in einer räumlichen, normativen und deskriptiven Annäherung

Für ein umfassendes Verständnis des Konzeptes Lokale Ökonomie wird es im Folgenden aus drei verschiedenen Perspektiven beleuchtet: der *räumlichen Ausrichtung*, den *normativen Vorstellungen* und den damit verbundenen Strategien, sowie der *deskriptiven Erfassung* von Wirtschaftssegmenten bzw. Betrieben, die als Bestandteil Lokaler Ökonomie angesehen werden und für die analytischen Zwecke dieser Arbeit von Bedeutung sind.

#### Räumliche Ausrichtung

Im Gegensatz zu branchen- oder sektorenorientierten ökonomischen Betrachtungsweisen ist das Konzept Lokale Ökonomien *räumlich* ausgerichtet. Aufgrund der Vielfalt lokalökonomischer Strategien, die sich in der empirischen

---

<sup>9</sup> Die Ergebnisse der Studie wurden 2008 vom ÖIR in einem unveröffentlichten Endbericht aufbereitet.

Untersuchung lokalökonomischer Bewegungen durch die TU Berlin<sup>10</sup> zeigte, versteht Birkhölzer (2000: 4) den Begriff Lokale Ökonomie „als eine Sammelbezeichnung für die Gesamtheit aller auf die Entwicklung eines Ortes (einer Region) bezogenen wirtschaftlichen Aktivitäten“. Wenn auch ökonomische Prozesse im Vordergrund stehen, ist mit dem Ansatz eine *räumlich integrativ ausgerichtete* Sichtweise verbunden. Dabei kann sich Lokale Ökonomie sowohl auf eine Stadt, einen Stadtteil, ein Dorf oder eine Region beziehen (vgl. ebd: 4).<sup>11</sup> Der Ort, so Birkhölzer, ist die zu betrachtende Wirtschaftseinheit der Lokalen Ökonomie und sieht diese damit zwischen betriebswirtschaftlicher und nationalökonomischer Ebene angesiedelt. Ort ist dabei jedoch nicht einfach als Standort zu verstehen, sondern darüber hinaus als Lebensmittelpunkt einer bestimmten Bevölkerung, als in einer bestimmten natürlichen Umgebung befindlich und mit einer spezifischen Tradition und Geschichte behaftet, anzusehen.<sup>12</sup> Aufgabe der Lokalen Ökonomie als Wissenschaft sei es, die eigene Dynamik dieser Orte zu erfassen, zu analysieren und in ihren Auswirkungen zu beschreiben (vgl. Birkhölzer 2000: 16).

Die Bedeutung des Stadtteils als Einflussgröße auf die Lokale Ökonomie betont auch Läßle (2013). Durch die lokale Einbettung der Ökonomie – die dichten lokalen Bezüge – ist der Stadtteil als räumliche Betrachtungsebene kein neutraler Standort, sondern stellt ein Wirkungsfeld dar, welches sowohl mit Perspektiven als auch Entwicklungsblockaden für die Lokale Ökonomie verbunden ist. Diese steht damit in einem starken Wechselverhältnis mit dem Stadtteil (vgl. Läßle 2013: 135).

Durch das Konzept Lokale Ökonomie erfolgt also ein Hinwenden zu einem territorial und sozialkulturell eingebundenen – somit am Sozialraum orientierten – Wirtschaften und eine tendenzielle Abkehr von einer einseitigen stadtentwicklungs- und wirtschaftspolitischen Priorisierung einer am Weltmarkt orientierten Ökonomie (vgl. Elsen 2004: 6).

Der Raumbezug der Lokalen Ökonomie verweist auf eine *lokal orientierte* (z.B. stadtteilorientierte) Ökonomie. Dass die Lokale Ökonomie jedoch auch durch überlokale Einflüsse geprägt ist und in lokalökonomischen Handlungskonzepten ebenso überlokale Verbindungen zu unterstützen sind, darf nicht außer Acht gelassen werden (siehe dazu Läßle/Walter 2003; Walter 2004).

### **Lokalität als Gegenkonzept zur globalisierten Wirtschaft?**

Ansätze der Lokalen Ökonomie gründen häufig in der Kritik an einer globalisierten Wirtschaftsweise und an einer Stadtpolitik, die sich ausschließlich oder vordergründig den am Weltmarkt orientierten Unternehmen zuwendet. Birkhölzer sieht in diesem Sinne Lokale Ökonomie als Reaktion auf die Herausbildung einer globalisierten Ökonomie, welcher er folgende Merkmale zuschreibt (2004: 18):

- „Eine zunehmende ökonomische Spaltung in Reichtums- und Krisenregionen, in Arbeit Habende und Arbeitslose, in soziale Integrierte und Ausgegrenzte
- Den zunehmenden Verlust nationalstaatlicher Kontrolle über das Wirtschaftsgeschehen und damit verbundenem Niedergang des Konzepts der Nationalökonomie
- Die zunehmende Verlagerung von Entscheidungen über lokale oder regionale Probleme auf supranationale Institutionen
- Die Konzentration von Macht und Ressourcen auf eine schrumpfende Zahl von „global players“ und mit ihnen verbundene Territorien“

---

<sup>10</sup> Siehe dazu IFG (Interdisziplinäre Forschungsgruppe) Lokale Ökonomie 1993

<sup>11</sup> In dieser Arbeit ist der Stadtteil die räumliche Bezugsebene, wodurch Lokale Ökonomie präziser als Stadtteil- oder Quartiersökonomie benannt werden kann.

<sup>12</sup> Birkhölzer versteht den Ort als eine historisch gewachsene Struktur in einem geographisch abgrenzbaren, überschaubaren Raum mit spezifischer Eigenart, der dadurch nicht deckungsgleich mit administrativen Einheiten sein muss (vgl. ebd.: 16). Wie die Grenzen eines „geographisch abgrenzbaren“ Ortes gezogen werden, bleibt jedoch offen.

Mit der Hinwendung zur Lokalen Ökonomie hingegen soll die Entscheidungsfähigkeit – durch die Stärkung lokaler Wirtschaftskreisläufe, die Schaffung von Einkommen und Arbeit vor Ort und für die Bedürfnisse vor Ort sowie die Mobilisierung der endogenen Potentiale – auf die lokale Ebene zurückgebracht werden.

Vor dem Hintergrund, dass Lokale Ökonomie oftmals als normatives Gegenkonzept zur Globalisierung erklärt wird, merken Läßple/Walter kritisch an, dass die Lokale Ökonomie nicht ein vom globalen Wirtschaftssystem unabhängiger und abgrenzbarer Bereich, sondern durch überlokale und globale Kräfte beeinflusst ist. „Denn unter Modernitätsbedingungen wird der *lokale Schauplatz* nicht bloß durch Anwesendes strukturiert, sondern auch von weit abgerückten Beziehungen bestimmt“ (Läßple/Walter 2003: 24). Solche überlokalen, regionalen oder globalen Bezüge stellen beispielsweise die globale Warenwelt des Einzelhandels, die verwandtschaftlichen, sozialen oder ökonomischen Verbindungen zugewanderter UnternehmerInnen in ihre Heimatländer oder die Einbindung in globale Kommunikations- und Kooperationsprozesse über internetbasierte Dienste dar (vgl. ebd.: 24).

Die Lokale Ökonomie stellt eben kein autarkes System dar, sondern ist in vielerlei Hinsicht in regionale, überregionale und globale Ströme und Netze eingebunden. In diesem Sinne greift auch eine enge Betrachtungsweise, welche Lokale Ökonomie lediglich als die lokal kontrollierten Unternehmen und wirtschaftlichen Aktivitäten in einem Stadtteil auffasst, zu kurz. In einem breiteren Verständnis von Lokaler Ökonomie als offenes sozioökonomisches System, wie beispielsweise bei Weck (2005), werden hingegen alle für den Stadtteil *relevanten* sozialen und wirtschaftlichen Aktivitäten erfasst und damit auch extern kontrollierte Unternehmen, externe Investoren oder Hauseigentümer miteinbezogen (vgl. ebd. 2005: 12ff). Auch solche können vielfältige lokale Bezüge aufweisen und damit wichtiger Bestandteil der Lokalen Ökonomie sein. Die Relevanz für den Stadtteil, für die dort lebenden Menschen, hängt schließlich davon ab, inwieweit diese lokal eingebunden sind.

Walter (2004) stellt sich in Hinblick auf die Abgrenzung von lokal und global orientierter Wirtschaft die Frage, ob man benachteiligten Stadtteilen einen Gefallen tut, wenn man Lokales und Globales in einfachen Gegensätzen denkt und sich ausschließlich auf endogene Potentiale von Stadtteilen konzentriert. Die Kritik an einer einseitigen Ausrichtung der Stadtpolitik auf große weltmarktorientierte Unternehmen hält er zwar für berechtigt, sieht jedoch im Umkehrschluss – in der ausschließlichen (Rück-)Besinnung auf die lokal orientierten wirtschaftlichen Aktivitäten für die Lösung von Problemen im Stadtteil – auch Gefahren. Denn genau in der Abkoppelung von den Wirtschaftskreisläufen der Stadt liege das zentrale Problem sozial benachteiligter Stadtquartiere (ebd.: 56):

- „Benachteiligte Stadtteile sind häufig abgeschnitten von Kaufkraftströmen von Kunden, von potenziellen Partnerbetrieben oder Berufseinpendlern aus anderen Teilen der Stadt
- Arbeitslose und gering qualifizierte Erwerbstätige sind abgeschnitten von Informationen, von unterstützenden Netzwerken und Einrichtungen zur schulischen und beruflichen Bildung und Weiterbildung
- Benachteiligte Gebiete sind als ganzes isoliert, weil sie wegen ihrer sozialen Verhältnisse, ihrer baulichen Besonderheiten oder dem Verfall der öffentlichen Räume von außen stigmatisiert und ausgegrenzt werden“

Stadtteile brauchen demnach die Verflechtung durch soziale und ökonomische Netzwerke mit anderen Stadtteilen, mit der Region und darüber hinaus. In einer sozialen Stadtteilentwicklung müssen lokale und überörtliche Entwicklungszusammenhänge in einer gemeinsamen Strategie kombiniert werden. Die Bedeutung dieser Brückenbeziehungen liegt im Austausch von Ideen, Informationen und Wissen, möglichen neuen KundInnen, neue Technologien, kurzum, im Kaufkraftzufluss und in Innovationstransfers. Die Offenheit eines Stadtteiles kann dadurch hilfreich für die lokale Anpassungsfähigkeit an neue Herausforderungen sein, indem durch Kontakte und Netzwerke neue Perspektiven entwickelt werden (vgl. ebd.: 58). Durch die Anbindung an andere Stadträume, wie etwa durch Personen die von außerhalb zum Arbeiten oder in ihrer Freizeit in das Quartier kommen, betreten andere soziale AkteurInnen das Feld und bringen neue Anregungen und Ideen mit. Gerade durch die Vielfalt an sozialen AkteurInnen ergeben sich vielfältige Optionen und Handlungsstrategien für BewohnerInnen und Gewerbetreibende (vgl. Läßple 2007: 136).

Angesichts der Tatsache und auch der Notwendigkeit, dass der Bezug auf die Lokale Ökonomie nicht eine vollständige Abkoppelung von externen Bezügen und Einflüssen bedeutet, schlagen Läßle und Walter (2003) vor, anstatt von Lokaler Ökonomie weniger missverständlich von *lokal eingebetteter* oder *lokal verankerter Ökonomie* zu sprechen.<sup>13</sup> Damit bezeichnen sie jenen Bereich der städtischen Wirtschaft, der über „vielfältige Vermittlungsformen in die ökonomischen und sozialen Strukturen und Interaktionsbeziehungen von Stadtteilen oder Stadtquartieren eingebettet oder eingebunden ist bzw. dessen Existenz und Entwicklung von diesen Einbettungsformen abhängt.“ (Läßle/Walter 2003: 24). Durch das Konzept lokal verankerte Ökonomie soll der Blick nicht nur auf lokale Bezüge, sondern ebenso auf das Spannungsverhältnis zwischen lokalen Einbettungsformen und überlokalen Wirkungszusammenhängen gerichtet werden. Damit können Ansatzpunkte für die Vernetzung mit den umliegenden Stadtteilen und der Gesamtstadt gefunden werden (vgl. Läßle 2005: 618).

### **Normative Vorstellungen & lokalökonomische Strategien**

Wie weiter oben angeführt, umfasst die Lokale Ökonomie *alle* auf einen Raum bezogenen wirtschaftlichen Aktivitäten. Somit können damit sowohl formelle, informelle, produktive als auch reproduktive wirtschaftliche Handlungen erfasst werden. Dadurch wird der Versuch unternommen, von einer rein wirtschaftlichen Sichtweise abzurücken und soziale und ökologische Aspekte zu integrieren (vgl. Birkhölzer 2000: 4). Da es sich eben um keine „ökonomistische“ Betrachtung handelt, befassen sich viele Ansätze der Lokalen Ökonomie mit jenen Bereichen, die über die formelle Marktökonomie hinausgehen (Dritter Sektor bzw. gemeinwesenorientierte Soziale Ökonomie; Informelle Ökonomie). Die Bandbreite der wirtschaftlichen Aktivitäten die das Konzept erfasst, zeigt sich in den weiter unten beschriebenen Teilbereichen bzw. Segmenten Lokaler Ökonomie.

Die lokale Ausrichtung des Konzeptes Lokale Ökonomie und den damit verbundenen Strategien bedeutet, die Aufmerksamkeit auf endogene Potentiale von Stadtteilen zu lenken und Entwicklung weniger durch externe Impulse anzustreben. Vor dem Hintergrund der Globalisierung der Wirtschaft und der damit einhergehenden verstärkten Städtekonkurrenz bemühen sich Großstädte vor allem um die Anziehung export- und weltmarktorientierter Unternehmen. Dass eine ausschließliche Förderung außenorientierter Wirtschaftsbereiche lokale Probleme nicht löst oder etwa durch Verdrängungsprozesse gar verschärfen kann, wird heute zunehmend erkannt. Neben der Technologieförderung und weltmarktorientierten Clusterstrategien braucht es Handlungskonzepte, die auf die Aktivierung lokaler Potentiale und die Entwicklung lokaler Partnerschaften ausgerichtet sind (vgl. Läßle 2004: 112).

Für eine langfristige Wirksamkeit lokaler stadtteilbezogener Beschäftigungs- und Wirtschaftsförderung, ist ein stärker sozialräumlich orientierter Ansatz notwendig, der darauf abzielt, die Lebensqualität an einem Ort zu verbessern und ihn zum Wohnen und Arbeiten attraktiv zu machen (vgl. Weck 2005: 220f). Wirtschaftliches Handeln, die lokal eingebundene Ökonomie, wird dabei als potentieller Beitrag für einen lebenswerten Stadtteil wahrgenommen.

Wenngleich unter dem normativen Begriff Lokale Ökonomie unterschiedliche Strategien entwickelt werden, ist eine weitgehende Gemeinsamkeit das Bestreben nach einer Einbindung der Ökonomie in den gesellschaftlichen Kontext einer Stadt oder eines Stadtteiles. Das Wirtschaften soll in einem stärkeren Bezug zu lokalen Bedarfen, zu den sozialen Bedingungen im Stadtteil und zu lokalen Problemen und Potentialen gestellt werden. Wirtschaften wird dabei oft im Kontext sozial-integrativer Ziele gesehen. Angestrebt werden Selbstorganisation, Solidarität und Gemeinwohl im und für Stadtteil und Quartier (vgl. Walter 2004: 56). Lokalökonomische Förderungsstrategien bzw. stadtteilorientierte Wirtschaftsförderung unterscheiden sich insofern von der traditionellen Wirtschaftsförderung, als dass sie nicht sektor- oder themenbezogen sondern sozialräumlich orientiert sind (vgl. Boos-Krüger 2004: 28). Daher genügt es auch nicht, die traditionelle Wirtschaftsförderung einfach auf den lokalen Raum auszurichten: einerseits müssen die sozialen und kulturellen Kontexte der verschiedenen Arbeitswelten (siehe dazu weiter unten „berufliche Milieus“) der lokal verankerten Betriebe berücksichtigt, andererseits die Handlungskonzepte verschiedener Politikfelder (Beschäftigungs-, Qualifikations-, Stadtentwicklungs- und Wirtschaftspolitik) verzahnt werden (vgl. Läßle 2004: 114).

---

<sup>13</sup> Mit dem Begriff der lokal verankerten Ökonomie beziehen sie sich vordergründig auf den Bereich der Stadtteil- und Quartiersbetriebe.

Das Ziel lokalökonomischer Strategien sieht Weck darin, „zum Nutzen der lokalen Bewohnerschaft und Kleinunternehmen eine stabile und zukunftsfähige soziale und wirtschaftliche Entwicklung in Stadtteilen zu stimulieren“ (vgl. Weck 2005: 15). *Entwicklung* wird dabei nicht als kapitalintensives Wachstum verstanden, sondern als eine qualitative Verbesserung der Lebensqualität und der Wirtschaftsstruktur vor Ort, insbesondere hinsichtlich der Situation ausgegrenzter Bevölkerungsgruppen. Nicht die einzelbetriebliche Rentabilität, sondern die quartiersbezogene Bedeutung des Betriebes steht im Vordergrund: der Beitrag zur Vielfalt der Versorgungsstruktur, zum Arbeitsplatzangebot vor Ort und zur Stärkung des lokalen Gemeinwesens (vgl. ebd.: 14f).

### **Deskriptive Erfassung - Teilbereiche Lokaler Ökonomie**

Neben der räumlichen und normativen Perspektive auf Lokale Ökonomie, können in einem deskriptiven Zugang verschiedene Teilbereiche der Lokalen Ökonomie unterschieden werden (Läpple 2005: 617):

- „Die marktvermittelten Stadtteil- und Quartiersbetriebe, zu denen auch der Bereich der Migrantenökonomie zu zählen ist. Dabei handelt es sich u.a. um Kleinbetriebe des Einzelhandels, des Handwerks, der Gastronomie und des Gesundheitswesens.
- Der lokal ausgerichtete Bereich von Non-Profit Organisationen (Dritter Sektor) und Formen einer gemeinwesenorientierten „Sozialen Ökonomie“. Darunter fallen Betriebe, Vereine und Projekte, die Dienst- und Wohlfahrtsleistungen anbieten, die nicht über den Markt und die öffentliche Hand bereitgestellt werden (v.a. in den Bereichen Pflege, Gesundheit, Erziehung, Kinderbetreuung, Kultur, Sport und Umwelt)
- Öffentlich finanzierte lokale Beschäftigungs- und Qualifizierungsinitiativen, die durch Vereine oder Bürgerinitiativen zum Teil mit der „Sozialen Ökonomie“ verknüpft sind.
- Bereiche der Informellen Ökonomie, wie Selbst- und Nachbarschaftshilfe“

Diese Arbeit konzentriert sich auf die Stadtteil- und Quartiersbetriebe als den unternehmensbezogenen Teilbereich Lokaler Ökonomie, innerhalb derer Migrantenökonomien im Zentrum der Betrachtung stehen.

### **3.3 Stadtteil- und Quartiersbetriebe als Teilbereich der lokal verankerten Ökonomie**

Stadtteil- und Quartiersbetriebe<sup>14</sup>, als der unternehmensbezogene Teilbereich der lokalen bzw. lokal verankerten Ökonomie, zeichnen sich durch besondere Bindungen zum Stadtteil aus. Doch anhand welcher lokalen Einbettungsformen können sie als Teil lokal verankerter Ökonomie definiert werden? Um welche Betriebe handelt es sich, die vorwiegend lokale Bezüge aufweisen und der Stadtteil somit für sie eine bedeutendere Rolle als für andere Betriebe spielt?

Allgemein formuliert stehen im Bereich lokal verankerter Ökonomie jene Betriebe im Vordergrund, „die in ihrem Betriebserfolg stärker als andere Unternehmen an das Schicksal des Stadtteils gebunden sind, sei es weil der persönliche Kontakt und die kulturelle Nähe zu den Kunden wichtig sind oder weil andere spezifische Standortfaktoren hier vor Ort zu finden sind. Damit sind diese Unternehmen aber auch stärker als etwa Filialbetriebe oder Großunternehmen am Schicksal des Stadtteils interessiert und bereit, lokale Verantwortung zu übernehmen.“ (Weck 2012: 8). Damit wird als Kern von lokal verankerten Ökonomien das enge Wechselverhältnis, der gegenseitige Einfluss zwischen Stadtteil und Unternehmen, angesprochen.

Konkreter beinhaltet die lokal verankerte Ökonomie, oder genauer der Bereich der Stadtteil- und Quartiersbetriebe, die Bandbreite „wohnungsnah“, d.h. als Nahversorger dienlicher, Klein- und Kleinstbetriebe des produzierenden und reparierenden Handwerks, des Einzelhandels, des Gesundheitswesens und der Gastronomie sowie soziale, haushalts- und unternehmensorientierte Dienstleistungen (vgl. Läpple/Walter 2003: 24).

Die **lokale Einbindung** solcher Betriebe zeigt sich beispielsweise über die

---

<sup>14</sup> Zur Differenzierung der Wirtschaft von Großstädten nach städtischen Teilökonomien siehe Läpple 1994.

- *KundInnen*, die zum überwiegenden Teil aus der Nachbarschaft kommen
- *KooperationspartnerInnen* in der Herstellung oder Vermarktung von Waren und Dienstleistungen
- *Wohnorte der MitarbeiterInnen*, die aus der nahen Umgebung kommen

Ebenso kann die *lokale Eigentümerschaft* oder lokale Kontrolle des Unternehmens als Kriterium der lokalen Eingebundenheit in den Stadtteil angesehen werden. Auch wenn, wie weiter oben angeführt, nicht nur die vor Ort sondern auch die extern kontrollierten Unternehmen Bestandteil Lokaler Ökonomie – insofern sie sich durch andere Aspekte als solche auszeichnen – sein können, kann der Grad der lokalen Verankerung von lokal kontrollierten Betrieben tendenziell als höher eingestuft werden. Das führt zu der Annahme, dass Betriebe in lokaler Eigentümerschaft eher lokale Verantwortung übernehmen wollen. Gerade für die Einbindung in die Stadtteilentwicklung spielt das eine wichtige Rolle.

Die lokale Einbettung von Stadtteilbetrieben zeigt sich darüberhinaus in der **Bedeutung des Stadtteiles** mit seinen ortsgebundenen Potentialen für die lokalen wirtschaftlichen Aktivitäten. Beispielhaft seien hier nur die Lage des Stadtteiles, die Lage der Gewerberäume, sowie die Bau- und Eigentumsstruktur der Gebäude genannt. Lokal verankerte Betriebe bevorzugen oftmals Gewerberäume, die mietbar sind, in denen sich die Investitionen in Maßen halten und die sich in kleinteiliger Parzellenstruktur in Hinterhöfen oder den Erdgeschosszonen von Geschäftsstraßen befinden (vgl. Läßle/Walter 2003: 24). Aber auch eine spezifische Nachfrage oder die Arbeitskräfte an einem Ort können als ortsgebundene Potentiale betrachtet werden (vgl. Weck 2005: 31). Den Stadtteil als Wirkungsfeld zu fassen bedarf einer räumlichen Analyse. Der Stadtteil ist nicht einfach nur als geographisch abgrenzbarer Raum, als Territorium aufzufassen, sondern muss als gesellschaftlicher Raum verstanden werden (siehe Kap. 5). Die verschiedenen Komponenten, aus denen sich heraus der Stadtteil verstehen lässt, umfassen die sichtbare räumliche Ausprägung, die spezifischen lokalen Interaktionsformen, bestehende Normen und Regelungen sowie bestehende Wahrnehmungsmuster. Gerade die symbolische Ebene darf nicht vernachlässigt werden. Durch bestehende Bilder und damit zusammenhängenden Wahrnehmungsmustern kann leicht der Blick auf bestimmte Ressourcen und Potentiale im Stadtteil versperrt bleiben (vgl. ebd. 2005: 181).

Natürlich variieren die Art und Intensität der lokalen Bezüge innerhalb der Stadtteil- und Quartiersbetriebe. Während beispielsweise für haushaltsbezogene Dienstleistungen oder bestimmte Bereiche des Einzelhandels der lokale Absatzmarkt eine entscheidende Rolle spielt, sind für unternehmensbezogene Dienstleistungen oder freiberuflich tätige Personen im künstlerischen Bereich die kommunikative Dichte oder besondere urbane Qualitäten des Umfeldes von Bedeutung. Der lokale Kontext wird dabei eher als Kontaktbörse wahrgenommen (vgl. Läßle/Walter 2003: 25).

Aufgrund der Diversität der Stadtteil- und Quartiersbetriebe und der dadurch unterschiedlichen Bedeutung des stadträumlichen Kontextes, informeller Arrangements und kultureller Normen auf ihre Problemlagen, Handlungsmuster und Entwicklungsperspektiven differenzieren Läßle und Walter (2000)<sup>15</sup> drei Typen „beruflicher Milieus“: Gesellschaften, Gemeinschaften und Partnerschaften. Als Kriterium der Identifikation und Unterscheidung der Typen betrachten sie die interne „Sozialordnung“, womit sie sich auf Regeln, mit denen der Arbeitsalltag koordiniert und neue Arbeitskräfte integriert werden, beziehen. Diese setzen sie in Zusammenhang mit spezifischen Formen der Einbettung in den Stadtteil.

Zur Gruppe der **Gesellschaften** zählen sie Betriebe des Filial- und Großhandels, das verarbeitende Gewerbe und soziale Dienstleistungen. Diese folgen in ihren Wachstums- und Modernisierungsprozessen weitgehend den Regeln der Marktökonomie. Arbeitsweise, strategische Planung, Technikeinsatz unterscheiden sich nicht wesentlich von anderen Wirtschaftsbereichen, sie stellen eine Art „Normaltypus“ dar. Aufgrund größerer räumlicher und baurechtlicher Freiheiten bevorzugen diese Betriebe meist Gewerbegebiete. Ist der unmittelbare Kontakt zu KundInnen wichtig, wie im Filialhandel, siedeln sie sich auch in wohnungsnahen Gebieten an.

---

<sup>15</sup> Diese Typologie erstellten Läßle/Walter (2000) im Rahmen einer empirischen Untersuchung zur Beschäftigungswirkung wohnungsnaher Betriebe.

Der inhabergeführte Einzelhandel, haushaltsorientierte handwerkliche Dienstleistungen und das gewerblich orientierte Handwerk werden der Gruppe der **Gemeinschaften** zugeordnet. Diese zeichnen sich aufgrund beschränkter Wachstumsmöglichkeiten oder bewusster Ablehnung von Modernisierungsprozessen als relativ konstant in ihrer Struktur und Größe aus. Die Unternehmen werden oftmals von BetriebsinhaberInnen und MitarbeiterInnen als gemeinsames Projekt betrachtet. Häufig spielen familiäre Beziehungen für die Betriebsführung eine große Rolle.

Während die Gemeinschaften eher als „vormoderne Alternative“ zu den Normalbetrieben gesehen werden, sprechen Läßle/Walter (2003: 25) bei dem Typus der **Partnerschaften** als „postmoderne Alternative“. Dazu zählen sie unternehmensorientierte Dienstleistungen (u.a. Fotografie, Architektur, Werbung, etc.), soziale Dienstleistungen und Unternehmen im alternativen Bereich. Solche Betriebe stehen häufig unter großem Innovationsdruck. Die Kleinheit des Betriebes ist Teil der Strategie, da nicht zuletzt dadurch eine höhere Anpassungsfähigkeit an sich schnell wandelnde Märkte besteht. Prinzip der sozialen Ordnung stellt die Partnerschaft dar, die sich durch fachliche Arbeitsteilung und einer Selbstorganisation der Arbeit auszeichnet. Neue MitarbeiterInnen werden oftmals in prekären Beschäftigungsverhältnissen (wie Praktika- oder Studentenverträge) eingestellt.

Lokal eingebettete Ökonomien lassen sich meist als „Gemeinschaften“ und „Partnerschaften“ charakterisieren. Je stärker sich Betriebe vom Organisationsmodell des „Normalbetriebes“ der „Gesellschaften“ unterscheiden, desto wichtiger ist das lokale Milieu, da die Betriebsexistenz oftmals an die Dichte und Vielfalt an Kooperationsmöglichkeiten, Nachfragemustern und Konsumstilen angewiesen ist (vgl. Läßle/Walter 2003: 26). Die Migrantenökonomie lässt sich in allen drei Gruppen, wenn auch vordergründig in den beruflichen Milieus der Gemeinschaften und Partnerschaften, finden. In vielen von MigrantInnen geführten Unternehmen sind familiäre und verwandtschaftliche Netzwerke – etwa bei der MitarbeiterInnenakquisition, der Kapital- oder Informationsbeschaffung – von großer Bedeutung (siehe dazu Floeting 2009; Waldinger et.al. 1990), wodurch solche eher dem Organisationsmodell der Gemeinschaften zuzuordnen sind. Neben den „klassischen“ inhabergeführten Kleinunternehmen, wie Änderungsschneidereien oder kleinere Lebensmittelgeschäfte, lässt sich auch in Wien in den letzten Jahren immer mehr das Aufkommen von türkischen Supermarkt-, Bekleidungs- oder Bäckereiketten beobachten, die sich als solche verstärkt dem Typus der Gesellschaften annähern.

Da es zwar Beschreibungen wie die von Läßle (2005) dafür gibt, welche Betriebe bzw. Betriebsarten den lokal verankerten Stadtteilbetrieben generell zuzurechnen sind, aber die Art und Intensität der Einbindung je nach konkretem Ort und Betrieb stark schwankt, soll in der empirischen Analyse dieser Arbeit u.a. der Fragestellung nachgegangen werden, inwieweit sich in zwei Wiener Stadtteilen Migrantenökonomien als lokal verankerte Ökonomien bzw. Stadtteilbetriebe kennzeichnen lassen. Die **Art und Intensität der lokalen Einbindung** wird dabei nach unten stehenden Aspekten analysiert. Um den Ansatz lokal verankerter Ökonomie gerecht zu werden und Verbindungen, die über das Lokale hinausgehen nicht ausgeblendet werden sollen, werden diese Aspekte gleichzeitig auch auf überlokale Bezüge hin betrachtet:

KundInnen/Einzugsbereich (in Verbindung mit der Art des Angebots)
Geschäftsbeziehungen (Zulieferer-, Absatzbeziehungen)
Eigentümerschaft
Wohnsitz EigentümerIn & MitarbeiterInnen
Netzwerke (überbetriebliche Vernetzung)

Tab. 1: Aspekte lokaler und überlokaler Bezüge von Stadtteilbetrieben (eigene Darstellung)

#### **4. MIGRANTENÖKONOMIE ALS STADTEILBETRIEBE BZW. LOKAL EINGEBETTETE ÖKONOMIE**

Die der Nahversorgung dienliche, als Kleinst- und Kleinunternehmen in Erscheinung tretende Migrantenökonomie lässt sich den Stadtteilbetrieben – wie sie in Kap. 3.3 charakterisiert wurden – zuordnen, die den unternehmensbezogenen Teilbereich der lokal verankerten Ökonomie darstellen. Ihr Charakter als Stadtteilbetriebe wird ebenso im sozial- und wirtschaftswissenschaftlichen Diskurs deutlich, in welchem die der Migrantenökonomie zugeschriebenen Funktionen und an sie gerichtete Erwartungen vielfach Aspekten lokal verankerter Ökonomie entsprechen. Da die lokal verankerte Ökonomie und innerhalb derer die Stadtteilbetriebe einen besonderen Stellenwert für die Quartiersentwicklung einnehmen (siehe Kap. 4.1), wird in dieser Arbeit anhand einer empirischen Analyse die Rolle der Migrantenökonomie als Stadtteilbetriebe für den Stadtteil beleuchtet.

Als Teil von Lokaler Ökonomie werden Migrantenökonomien in den Strategien der integrierten Stadtteilentwicklung in Deutschland explizit hervorgehoben, da sie häufig in benachteiligten Stadtteilen, den Zielgebieten der Programme, eine hohe Konzentration aufweisen. „So entdeckte auch das Programm „Soziale Stadt“ die selbstständigen MigrantInnen und die damit verbundenen Potentiale als Bestandteil der lokalen Ökonomie“ (Fischer-Kraphol 2007: 199). In den Programmgebieten der „Sozialen Stadt“, welche sich häufig durch hohe Arbeitslosigkeit, viele einkommensschwache Haushalte, Leerstand in Einkaufsstrassen, Perspektivlosigkeit gering qualifizierter Jugendlicher auszeichnen und dadurch ein negatives Image resultiert, greifen Standardprogramme ohne räumlichen Bezug und die traditionelle Wirtschaftsförderung zu kurz, um die interne Dynamik zu verändern. Stadtteilspezifische Potentiale – und damit eine gezieltere Ausrichtung der Wirtschaftsförderung – werden dabei zunehmend in den unternehmerischen Aktivitäten von MigrantInnen gesehen (vgl. Weck 2012: 10). Da sie zum Teil mit anderen Problemlagen als andere Segmente der Lokalen Ökonomie konfrontiert sind, ist eine speziell auf sie ausgerichtete Förderung notwendig. Dabei geht es nicht nur um die Gründungsförderung und die Förderung des laufenden Wirtschaftsbetriebes, sondern ebenso um Maßnahmen, die die Wertschätzung und Akzeptanz migrantischer Ökonomien in Verwaltung und Öffentlichkeit erhöhen (vgl. DIFU 2006: 31).

Um Anhaltspunkte für die empirische Analyse des Beitrages von Migrantenökonomien für die Stadtteilentwicklung anhand zweier Stadtteile in Wien ausfindig zu machen, werden im Folgenden die Funktionen, die sowohl den Stadtteilbetrieben allgemein und insbesondere den von MigrantInnen geführten Betrieben zugeschrieben werden, erörtert.

##### **4.1 Funktionen und Bedeutung der Stadtteilbetriebe für die Quartiersentwicklung**

Der Lokalen Ökonomie wird für die Stadtteilentwicklung ein wichtiger Stellenwert eingeräumt. Gerade in benachteiligten Stadtteilen, in denen gehäuft benachteiligte Personen leben, die aufgrund ihrer geringeren Mobilität und ihrer Ausgegrenztheit mehr als andere auf die Infrastruktur und die sozialen, ökonomischen und kulturellen Leistungen des Stadtteils angewiesen sind, ist die Lokale Ökonomie ein wichtiges Handlungsfeld der Stadtteilentwicklung. Ihre Bedeutung für den Stadtteil wird vor allem in der Versorgungsfunktion, in der Arbeitsplatzbeschaffung vor Ort und in der Stärkung des lokalen Gemeinwesens gesehen (vgl. Weck 2005: 12). Vor dem Hintergrund, dass sich ein negatives Außenimage eines Stadtteils oftmals an dessen BewohnerInnen heftet und sich auch auf deren Selbstwahrnehmung auswirkt (vgl. Kronauer 2004: 47), kann durch die Integration der BewohnerInnen in die Ökonomie der Stadt ebenso ein Beitrag zur Stärkung des Selbstbewusstseins und Selbstvertrauens geleistet werden (vgl. Cramer 2001: 6).

Insbesondere die Stadtteil- und Quartiersbetriebe als Teilbereich der Lokalen Ökonomie sind von großer Bedeutung für die Stadtteile, indem sie lokale Arbeits-, Ausbildungs- und Qualifizierungsmöglichkeiten und damit ebenso Aufgaben der sozialen Integration und Sozialisation bereitstellen. Von besonderem Stellenwert ist auch ihre Funktion als Nahversorger. Da ihre Produktions-, Dienstleistungs- und Wohlfahrtsangebote vorwiegend auf den Lebensalltag ausgerichtet sind, prägen sie damit die Versorgungsqualität, die Nutzungsvielfalt und die urbane Kultur

von Stadtteilen. Auch können soziale Netzwerke und gesellschaftliche Teilhabe über die Interaktionen, die in Verbindung mit diesen Betrieben stattfinden, gestärkt werden (vgl. Läßle 2004: 113).

## 4.2 Funktionen und Bedeutung von Migrantenökonomien für die Stadtteilentwicklung im wirtschafts- und sozialwissenschaftlichen Diskurs

Während die wirtschaftliche Bedeutung von Migrantenökonomien in Wien zunehmend erkannt und in quantitativen Analysen und Statistiken zur wirtschaftlichen Leistung, wie beispielsweise in der von der Wirtschaftsagentur Wien 2011 in Auftrag gegebenen Studie (vgl. Alteneder/ Wagner-Pinter 2013), belegt wird<sup>16</sup>, werden andere Funktionen von Migrantenökonomien für Städte und Stadtteile bislang in der politischen Debatte in Österreich wenig thematisiert.

Die vielfältigen Aspekte, durch die Migrantenökonomien Städte und Stadtteile beeinflussen können, werden durch die in verschiedenen wissenschaftlichen Aufsätzen und Studien im deutschsprachigen Raum hervorgehobenen Erwartungen und Funktionen verdeutlicht. Generell überwiegen im wissenschaftlichen Diskurs die positiven Gesichtspunkte, jedoch wird auch die unterschiedliche Wahrnehmung und Bewertung durch die einheimische Bevölkerung thematisiert. Die Bedeutung von Migrantenökonomien in ihrer Erscheinungsform als Stadtteilbetriebe lässt sich sowohl in ökonomischen, kulturellen und sozialen Dimensionen verorten.

Als wesentlicher Beitrag migrantischer Unternehmen wird – neben ihrem eigenen Arbeitsplatz – die **Schaffung von weiteren Arbeits- und Ausbildungsplätzen** angesehen. Nicht nur, aber häufig, werden dabei Ausbildungs- und Arbeitsplätze für andere MigrantInnen bereitgestellt (vgl. Schuleri-Hartje et.al. 2005: 81). Damit wird gerade die Arbeitsmarktintegration für solche Personen erleichtert, die oftmals aufgrund fehlender formaler Qualifikationen oder aufgrund von Sprachproblemen schwer zu vermitteln sind (vgl. Haberfellner 2010: 21). Durch die Arbeitsmarktintegration wird letztendlich auch ein Beitrag zur Integration, zur gesellschaftlichen Teilhabe, geleistet.<sup>17</sup> In Wien beläuft sich der geschätzte Beschäftigungseffekt von migrantischen Unternehmen laut einer aktuellen Studie der Arbeiterkammer Wien auf ca. 19.300 Beschäftigte, wobei der Untersuchungsrahmen dieser Studien berücksichtigt werden muss (vgl. AK 2014: 77; 84).<sup>18</sup> Ähnliche Zahlen zum aktuellen Arbeitsplatzangebot migrantischer Unternehmen – wenn diese auch anderes definiert und abgegrenzt wurden – finden sich in der von der Wirtschaftsagentur Wien in Auftrag gegebenen Studie. Diese geht von 20.039 MitarbeiterInnen in Migrantenökonomien aus (vgl. Alteneder/ Wagner-Pinter 2013: 5). Hinsichtlich der Bereitstellung von Ausbildungsplätzen, wird in der Studie der Arbeiterkammer darauf hingewiesen, dass nur in Einzelfällen Lehrlinge ausgebildet werden. Zum Befragungszeitpunkt waren gerade einmal 1% aktuelle Ausbilderbetriebe. Dies sagt jedoch nichts über die Ausbildungsintensität an. Die geringe Quote an Ausbilderbetrieben ist zum Teil auch auf die Kleinstrukturiertheit der Unternehmen zurück zu führen. Ähnlich gering sind die Anteile bei österreichischen Kleinunternehmen (vgl. AK 2014: 92).

Im Zusammenhang mit migrantischen Unternehmen wird immer wieder die **Aufrechterhaltung der lokalen Wirtschaftsstruktur und der Nahversorgung** betont. In vielen Stadtteilen oder Geschäftsstraßen europäischer Städte, in denen der Strukturwandel einheimische KleinunternehmerInnen oftmals zur Aufgabe ihres Geschäftes oder zum Abwandern bewog<sup>19</sup>, haben zugewanderte Selbstständige vielfach den Einzelhandel und die

---

<sup>16</sup> Im Jahr 2011 wurde durch Migrantenökonomien in Wien eine Wertschöpfung von 640 Mio. Euro erwirtschaftet (vgl. Alteneder/ Wagner-Pinter 2013: 5)

<sup>17</sup> Integration, die Teilhabe am gesellschaftlichen Leben, erfolgt in verschiedenen Teilsystemen einer Gesellschaft: Arbeitsmarkt, Wohnungsmarkt, Bildungssystem, freundschaftliche Beziehungen, politisches System, etc. (vgl. Läßle 2007).

<sup>18</sup> In dieser Studie wurden jene Unternehmen erfasst, deren EigentümerIn außerhalb Österreichs oder außerhalb der EU-14 Staaten geboren wurde, wie auch EigentümerInnen, deren Eltern (oder zumindest ein Elternteil) außerhalb dieser Herkunftsländer geboren wurden (vgl. AK Studie 2012: 1).

<sup>19</sup> Haberfellner kommt im Rahmen einer Studie zur Feststellung, dass es sich bei vielen österreichischen Kleingewerbebetrieben um Familienbetriebe handelt, die durch die fehlende Bereitschaft der Nachkommen den Betrieb weiterzuführen, aufgegeben werden müssen (vgl. Haberfellner 2000: 87).

Nahversorgung übernommen, was in der Literatur mit „niche succession“ bezeichnet wird. Bestimmte Gewerbe, etwa Änderungsschneidereien oder kleine Obst- und Gemüseläden, werden heute nahezu ausschließlich von MigrantInnen betrieben (vgl. Floeting 2009: 56). Trotzdem darf nicht außer Acht gelassen werden, dass Filialisierungstendenzen, die Ansiedelung großer Supermarktketten oder die Errichtung von großen Fachmärkten an den Stadträndern genauso für Migrantenökonomien eine Bedrohung darstellen. Als Zusatzeffekt der Aufrechterhaltung oder Wiederbelebung des Einzelhandels kann die **Reduktion des Leerstandes** und den damit verbundenen negativen Folgen, wie etwa Vandalismus oder „tote“ Quartiere gesehen werden (vgl. Haberfellner 2012: 21). Auch in vielen Wiener Geschäftsstraßen lässt sich beobachten, dass heute – während in zentralen, attraktiveren Abschnitten Filialen lokaler Einzelhändler und Banken dominieren – die vom traditionellen Einzelhandel aufgegebenen Standorte oftmals von migrantischen UnternehmerInnen nachbesetzt wurden (vgl. Hatz/Schwarzenecker 2009: 281). Ebenfalls bilden die noch übrig gebliebenen traditionellen Versorgungszentren der Wiener Detailmärkte, wie etwa der Brunnenmarkt, Hannovermarkt, Viktor-Adler Markt etc., heute konzentrierte Standorte migrantischer Ökonomien (vgl. ebd.: 272). Seit den 1980er Jahren finden sich immer weniger einheimische UnternehmerInnen dazu bereit, Marktstände zu übernehmen. Dieses Defizit wurde durch das Nachbesetzen dieser Positionen durch Personen mit ausländischer Staatsbürgerschaft oder mit Migrationshintergrund ausgeglichen, sodass die Zahl der Marktbetriebe relativ konstant gehalten werden konnte (vgl. Hatz 1997: 172).<sup>20</sup>

Angesichts der Homogenisierung der Einzelhandelslandschaft durch Unternehmenskonzentration im Einzelhandel und der Dominanz von Filialbetrieben internationaler Unternehmen (vgl. Hatz/Schwarzenecker 200.: 273) stellen die von MigrantInnen bzw. deren Nachkommen geführten Unternehmen oft ein alternatives Angebot dar. Migrantenökonomien leisten damit nicht nur zum Erhalt der lokalen Wirtschaftsstruktur sondern auch zur **Versorgungsqualität durch Nutzungsvielfalt und Diversifizierung** des Waren- und Dienstleistungsangebotes einen Beitrag. Häufig bieten UnternehmerInnen mit Migrationshintergrund dabei Waren und Dienstleistungen an, die von einheimischen UnternehmerInnen nicht oder nicht in dem Ausmaß oder in der nachgefragten Art und Weise erbracht werden (vgl. Haberfellner 2012: 21). Zu Beginn einer Geschäftstätigkeit richtet sich das Angebot häufig an die Nachfrage der vermeintlich eigenen Community, am sogenannten „ethnic market“ (siehe Nischenmodell, Kap.2.2). Die Angebotsvielfalt durch ethnisch konnotierte Güter wird jedoch zunehmend – vor allem in der Gastronomie und im Lebensmittelhandel – ebenso von einheimischen Personen in Anspruch genommen. Darüber hinaus wird von vielen UnternehmerInnen durch bestimmte Vermarktungsstrategien (Werbemaßnahmen, Art der Präsentation, Erweiterung des Produktsortimentes, etc.) gezielt um potentiellen KundInnen der Mehrheitsgesellschaft geworben (vgl. Parzer/Czingon 2013: 57). So lässt sich für Migrantenökonomien in vielen Städten zunehmend eine Entwicklung von der (ethnischen) Nische zum Markt beobachten, was in der sozialwissenschaftlichen Literatur mit dem Begriff „Break-Out“ bezeichnet wird (vgl. Hillmann/Sommer 2011: 39; Haberfellner et.al. 2000: 148ff).

In diesem Zusammenhang merkt Dabringer (vgl. 2009: 15) an, dass Konsumpraktiken dazu behilflich sein können, der individuellen oder kollektiven Identität Ausdruck zu verleihen und der Konsum kulturell geladener Produkte bestimmten Bevölkerungsgruppen als Symbol für Weltoffenheit und Neugier dienen kann. Ebenso kann der Konsum von durch zugewanderte Personen vermeintlich „authentisch“ angebotenen Gütern – wenn also ein spezifisches Produkt oder eine Dienstleistung mit dem Herkunftshintergrund des Anbieters in Verbindung gebracht werden kann – der Befriedigung der Suche nach „Authentizität“ hilfreich sein.<sup>21</sup> Diese Suche nach „Authentizität“ können sich migrantische UnternehmerInnen selbst zu Nutze machen, in dem sie diese für potenzielle KundInnen inszenieren (vgl. Stock 2012: 21).

---

<sup>20</sup> Ausführlicher zu den Mechanismen, warum gerade zugewanderte Personen als MarktstandbetreiberInnen besonders stark vertreten sind, siehe Kapitel 6.1.2.

<sup>21</sup> In der westlichen Welt wird aufgrund der Suche vieler Personen nach dem „Natürlichen“, dem „Ursprünglichen“ und dem „Authentischen“ in einer globalisierten Welt, „Authentisch-Sein“ oder „Den-Ursprüngen-nahe-Sein“ zunehmend als Qualitätskriterium auf Objekte projiziert, was sich zum Beispiel in Produktlinien wie „Ja! Natürlich“ oder „Zurück zum Ursprung!“ zeigt (vgl. Dabringer 2009: 17ff.). Diese ersehnte „Authentizität“ wird ebenso im Konsum ethnisch konnotierter Güter erlebt (vgl. Stock 2012: 20).

Der Herkunftshintergrund kann bei migrantischen Selbstständigen also in zweifacher Hinsicht eine bedeutende Rolle spielen. Einerseits besteht vielfach die Annahme, dass UnternehmerInnen mit Migrationshintergrund die Bedürfnisse anderer MigrantInnen gleicher Herkunft besser als einheimische UnternehmerInnen einschätzen und damit gezielter auf Bedürfnisse und Nachfragen eingehen und sich somit am sogenannten ethnischen Markt etablieren können. Andererseits werden UnternehmerInnen – insbesondere im Lebensmitteleinzelhandel und in der Gastronomie – aufgrund der Nationalität, Sprache und auch dem Aussehen als besonders glaubwürdig und authentisch für bestimmte Tätigkeitsfelder wahrgenommen. Aufgrund bestimmter ethnisch kodierter Arbeitsfelder, wie etwa der „italienische Pizzabäcker“ oder der „türkische Kebabstandbesitzer“, werden Herkunft und Ethnizität eines Gewerbetreibenden oftmals mit einem spezifischen kulturellen Wissen verbunden oder gewisse Kenntnisse der angebotenen Lebensmittel und Gerichte der Herkunftsregion erwartet.<sup>22</sup> Auf diese kulturelle Ressource kann nicht zuletzt in Geschäftsstrategien zurückgegriffen werden (vgl. Everts 2008: 84f).

In manchen Städten kann beobachtet werden, dass migrantische Selbstständige in bestimmten Branchen, wie beispielsweise in der Gastronomie oder im eigentümergeführten Lebensmittelhandel, besonders stark vertreten sind, was nicht zuletzt mit verschiedenen Einstiegshürden in anderen Bereichen (siehe Kap.4.4) zu tun hat (vgl. Everts 2008: 8). Doch ebenso lässt sich feststellen, dass Migrantenökonomien mit den Jahren vielfältiger geworden sind. So konstatiert Wagner (vgl. 2012: 25), dass in Deutschland – nicht zuletzt durch die bessere Ausbildung der zweiten Generation – das Reisebüro, der Gemüseladen oder der kleine Imbiss längst nicht mehr charakteristisch sind, sich oft zu großen Restaurants oder Supermärkten gewandelt haben und zugewanderte Selbstständige auch abseits von Handel und Gastronomie vielfach tätig sind. Auch Hillmann und Sommer (vgl. 2011: 29) stellen fest, dass gerade die zweite und dritte Generation, die die berufliche Ausbildung in Deutschland absolviert haben, in Branchen tätig werden, die nicht als die „typischen“ der Migrantenökonomie wahrgenommen werden und zur Diversifizierung derselben beitragen. Erwartungen eines Strukturwandels von Migrantenökonomien in Österreich wurden auch durch eine ExpertInnenbefragung im Rahmen einer Studie der Wirtschaftskammer Wien ausgedrückt. Dass in Zukunft Neugründungen durch Personen mit Migrationshintergrund in strukturstärkeren Wirtschaftsbereichen vermehrt auftreten werden, wird auf die höheren Bildungsabschlüsse jüngst zugewanderter Personen im Vergleich zu Zuwanderern der 1960er/1970er sowie auf die in Österreich aufgewachsenen Kinder von MigrantInnen zurückgeführt (vgl. Segert 2010: 22).

Auch hinsichtlich ihrer sozialen Dimension ist der Beitrag von Migrantenökonomien nicht zu vernachlässigen. Neben der schon erwähnten Integrationsfunktion, die auf der eigenen Teilnahme und der Ermöglichung der Teilnahme für andere MigrantInnen am Erwerbsleben beruht, leisten sie zudem eine **Integrations- oder Brückenbildungsfunktion** in zweifacher Hinsicht: zwischen MigrantInnen selbst als auch zwischen MigrantInnen und der Mehrheitsbevölkerung (vgl. Reimann 2005: 5). Zum einen fungieren sie als Anlaufstelle, Informations- und Kontaktbörse **für Neuzugewanderte**. Schuleri-Hartje et.al. (vgl. 2005: 79) stellen beispielsweise auf Basis einer empirischen Analyse in verschiedenen Städten Deutschlands fest, dass bestimmte russische Läden eine Art Sozialisationsinstanz im Stadtteil für Neuankömmlinge darstellen, die dabei helfen, sich in einer neuen Umgebung zurecht zu finden. Doch auch **für die schon länger im Zuwanderungsland Ansässigen** stellen sie häufig Anlaufstellen und Treffpunkte dar. Auch können Selbstständige mit Migrationshintergrund eine Art Rollenmodell oder Vorbild sein, indem sie deutlich machen, dass MigrantInnen nicht nur „als Lückenfüller am Arbeitsmarkt auftreten (...), sondern selbst aktive und gestaltende AkteurInnen sein können“ (Haberfellner 2012: 21). Schließlich werden sie auch als BrückenbildnerInnen **zwischen Mehr- und Minderheitsgesellschaft** gesehen. Durch Geschäfts- und KundInnenbeziehungen können zum einen die UnternehmerInnen selbst ihre sozialen Netzwerke außerhalb der eigenen Community ausbauen (vgl. ebd.: 21). Als Begegnungsorte können sie darüber hinaus hilfreich sein, Austauschbeziehungen zwischen verschiedenen Gruppen zu fördern, insofern eine differenzierte

---

<sup>22</sup> Natürlich sind diese Konnotationen von Ethnie und bestimmten Bereichen der Ökonomie in der Realität häufig nicht (mehr) anzutreffen. Dennoch ist die Übertragung von Zuschreibungen durchaus üblich. So wird etwa die „original italienische Pizzeria“ auch von AraberInnen betrieben und dabei die italienische Ethnie als Ressource verwendet. Selbst vermeintlich türkische Imbissbuden werden beispielsweise von BulgarInnen geführt (vgl. Schuleri-Harjete et.al. 2005: 31). Der Begriff „Transkulturalität“ versucht solche Prozesse zu fassen (siehe dazu auch Pütz 2003; 2009).

KundInnenstruktur besteht. Auch wenn es an diesen Orten zufälliger sozialer Begegnungen nicht zwangsläufig zu einer tatsächlichen Mischung oder einem Miteinander verschiedener sozialer Gruppen oder Milieus kommt, schaffen sie dennoch das Grundgerüst für ein gesellschaftliches Miteinander. Läßle hebt dies als Besonderheit von funktionsgemischten Stadtquartieren hervor: „Die unzähligen flüchtigen Begegnungen in den Straßen, Geschäften, Imbissbuden und Restaurants ermöglichen bereits auf der untersten Ebene einen soziokulturellen Austausch. Auch wenn sich die Welten letztendlich nicht wirklich mischen, so stehen sie sich wenigstens nicht feindlich gegenüber, denn immerhin ist durch die täglichen Begegnungen eine Basis für die wechselseitige Akzeptanz geschaffen“ (Läßle 2007: 136).

Die Funktion der Migrantenökonomie als Brückenbildner und Treffpunkt kann auf Stadtteilebene dazu führen, **Nachbarschaften** zu stärken oder aufzubauen. Nuissl und Schmitz (vgl. 2013: 183) kommen zu dem Erkenntnis, dass *„vor allem (...) viele migrantengeführte Unternehmen zur Stabilisierung oder sogar Wiederbelebung von Nachbarschaften beitragen (...) auch dadurch, dass sich ihre Räumlichkeiten, häufig kleinere Läden oder Imbisslokale, zu Kulminationspunkten nachbarschaftlicher Kontakte entwickeln.“* Diese kleinen Läden – wie Bäckereien, Friseure, Kaffeehäuser, etc. – sind, so Läßle (vgl. 2007: 123), schließlich „Orte der Kommunikation“.

Die Integrationsfunktion von Migrantenökonomien wird jedoch kontrovers diskutiert. Während beispielsweise ihre Rolle als Anlaufstelle für Neuzugewanderte als für die Integration positiv bewertet wird, sehen andere darin die Gefahr einer zu starken Binnenorientierung an die eigene ethnische Community und damit der Entwicklung einer **Parallelgesellschaft** (vgl. Schuleri-Hartje 2005: 86).

In der deutschen Debatte rund um Migrantenökonomie, die häufig im Zusammenhang mit benachteiligten Stadtteilen geführt wird, da UnternehmerInnen mit Migrationshintergrund dort oftmals konzentriert angesiedelt sind, werden diese auch als Chance zur Imagekorrektur eines Stadtteiles wahrgenommen. In Duisburg-Marxloh beispielsweise, wo Migrantenökonomien ein wesentlicher Bestandteil der Lokalen Ökonomie sind und die Geschäftsleute durch verschiedene Projekte und Maßnahmen unterstützt und aktiviert worden sind, hat sich ein lebendiger Einzelhandel entwickelt, der einen wichtigen Beitrag zur **Verbesserung des Stadtteilimages** beiträgt (vgl. Wagner 2012: 25f.). Eine hohe Konzentration von migrantischen Unternehmen, die sichtbar im Stadtteil sind<sup>23</sup>, wird darüber hinaus in der öffentlichen Wahrnehmung – durch BewohnerInnen, Medien, Stadtpolitik – häufig mit einem besonderen internationalen oder multikulturellen Flair in Verbindung gebracht (vgl. Yildiz 2009: 103). In manchen Städten wird diese „Multikulturalität“ bewusst in Strategien des Stadtmarketings aufgegriffen. In den USA werden beispielsweise Orte hoher Konzentration von Migrantenökonomien, wie Chinatowns oder mexikanische Straßenmärkte, als Touristenattraktion revitalisiert (vgl. Lin 1998 nach Everts 2009: 283), während in ähnlicher Weise in Manchester eine Straße, die sich durch eine hohe Dichte indischer Restaurants auszeichnet, als „Curry Mile“ vermarktet wird (vgl. Barrett und McEvoy 2006 nach ebd.: 283). Auch in Anbetracht der schon erwähnten Homogenisierung von Geschäftszentren/-straßen durch die Filialisierung des Einzelhandels, können Migrantenökonomien zu einer besonderen Prägung oder Individualität dieser beitragen.

Die sichtbare Zunahme von Migrantenökonomien im Stadtteil wird jedoch sehr unterschiedlich bewertet. Während sie von einem Teil der Wohnbevölkerung als multikulturelle Bereicherung wahrgenommen wird, wird eine hohe Konzentration migrantischer Unternehmen von anderen als Bedrohung oder Verdrängung einheimischer Geschäfte bewertet (vgl. Schuleri-Hartje 2005: 81). Im Zusammenhang mit der Befürchtung der Bildung von Parallelgesellschaften werden gerade im politischen und medialen Diskurs Migrantenökonomien als „Kristallisationspunkte ethnischer Enklaven“ (Parzer/Czington 2013: 56) angesehen, welche sozialräumlichen Segregationstendenzen Vorschub leisten würden. Dabei wird von der „**Ghettoisierung**“ von Stadtteilen gesprochen, wodurch diese zu Problemgebieten degradiert werden (vgl. Yildiz 2009: 105).

---

<sup>23</sup> Die visuell im Stadtbild wahrnehmbaren Betriebe umfassen Geschäftslokale wie etwa Gemüseläden, Internetcafés, Friseursalons, Änderungsschneidereien, etc. Weniger im Stadtbild sichtbar ist jedoch die wachsende Selbstständigkeit von Personen mit Migrationshintergrund in den freien Berufen oder im hochwertigen Dienstleistungsbereich (vgl. Hillmann/Sommer 2011: 28f).

Für Stadtteilbetriebe im Allgemeinen, und somit auch für die als Stadtteilbetriebe charakterisierbaren Migrantenökonomien, erfährt der Stadtteil durch die lokale Einbettung der Betriebe eine besondere Bedeutung. Folglich wird angenommen, dass solche UnternehmerInnen eher am Schicksal des Quartiers interessiert sind und ein erhöhtes Verantwortungsbewusstsein für die Quartiersentwicklung entwickeln (vgl. Weck 2012: 8). Eine Aufwertung von Stadtteilen durch Migrantenökonomien wird dementsprechend in dem Potential einer angenommenen Bereitschaft zum **Engagement für den Stadtteil** gesehen (vgl. Fischer-Kraphol 2007: 215). Gerade (informelle) Netzwerke eignen sich für die Einbindung in die Verantwortung der Quartiersentwicklung (vgl. Floeting 2009: 69). So stellt Wagner (2012: 27) für einen Stadtteil in Duisburg-Marxloh fest, dass „die Vernetzung der vor allem türkischen Unternehmen so stark fortgeschritten (ist, C.A.), dass sie als eigenständige Akteure im und für den Stadtteil aktiv sind“.

### Zwischenresümee

Vor dem Hintergrund des ökonomischen Strukturwandels, der für kleinteilige lokale Wirtschaftsstrukturen und damit für die Nahversorgung eine Bedrohung darstellt, sowie dem zunehmenden Bewusstsein der Notwendigkeit lokalökonomischer Strategien für eine nachhaltige Stadt(teil)entwicklung, gewinnen die oftmals in Form von Kleinunternehmen geführten Migrantenökonomien an Bedeutung. Durch die vielfältigen Funktionen, wie sie oben diskutiert wurden, können sie Tendenzen, die zu sogenannten benachteiligten Stadtquartieren führen, entgegenwirken. Folgende Aspekte, die aus dem sozial- und wirtschaftswissenschaftlichen Diskurs über die Funktionen von Migrantenökonomien abgeleitet wurden, dienen der empirischen Analyse des Beitrages von Migrantenökonomien für zwei Stadtteile in Wien als Anhaltspunkte:

Schaffung von Arbeitsplätzen
Schaffung von Ausbildungsplätzen
Erhalt/Wiederbelebung der lokalen Wirtschaftsstruktur und Nahversorgung
Nutzungsvielfalt und Qualität an Produkten und Dienstleistungen
Anlaufstelle/Treffpunkte
Brückenbildner
Auswirkung auf das Stadtteilimage
Engagement/Verantwortung für das Quartier

Tab. 2: Aspekte der Bedeutung von Migrantenökonomien für die Stadtteilentwicklung (eigene Darstellung)

## 4.4 Hürden der Unternehmensgründung für MigrantInnen

In vielen Belangen sind UnternehmerInnen mit und ohne Migrationshintergrund mit denselben Herausforderungen und Schwierigkeiten der Unternehmensgründung bzw. der weiteren Geschäftstätigkeit konfrontiert. Dennoch gibt es so manche strukturelle Rahmenbedingungen, durch die besonders migrantische UnternehmerInnen benachteiligt werden und die zu ungleichen Chancen der Unternehmensgründung führen. Teilweise lässt sich aus diesen Rahmenbedingungen, wie in der Frage des Zugangs zu Fremdkapital oder in der Anerkennung von Qualifikationen, auch die sektorale Zusammensetzung der Migrantenökonomie erklären.

In bisherigen Studien zur Migrantenökonomie werden nahezu ausschließlich Probleme bei der Unternehmensgründung, nicht jedoch in der laufenden Geschäftstätigkeit, beleuchtet. Dahingehend wurde auch in einer repräsentativen Befragung von 300 UnternehmerInnen mit Migrationshintergrund in Wien nachgeforscht. Dabei zeigten sich in der Wahrnehmung von Schwierigkeiten bei der Geschäftsgründung deutliche geschlechtsspezifische Unterschiede. Bei Frauen wurde besonders häufig die „fehlende Erfahrung“ als Hindernis genannt (47%), bei Männern am häufigsten die „bürokratischen Hürden“ (53,5%). Diese wurden bei Frauen mit 40% der Nennungen am zweithäufigsten als Hemmnis angesehen. Die „Geldbeschaffung“ wurde von Männern hingegen als zweithäufigster Problembereich angegeben (50%). Ausgeprägte geschlechtsspezifische Unterschiede gab

es auch in der Bewertung der „Konkurrenz“ mit anderen Unternehmen: während diese 35% der Frauen als Schwierigkeit sahen, waren es bei den Männern nur knappe 20%. Mit ähnlichen Anteilen hingegen wurde das Informationsdefizit im Zusammenhang mit Gründungsaktivitäten als Hürde wahrgenommen (vgl. Enzenhofer et.al. 2007: 79).

	Männlich	Weiblich	Gesamt
Bürokratie	53,5%	40%	49,6%
Geldbeschaffung	49,6%	37,4%	46%
Fehlende Erfahrung	28%	46,6%	33,4%
Wenig Info	24,7%	24,2%	24,5%
Konkurrenz	19,6%	35%	24,1%
Deutsch	22,1%	20,1%	21,5%
anderes	10,7%	5,7%	9,3%

Tab. 3: Schwierigkeiten der Unternehmensgründung, Mehrfachnennungen möglich (Quelle: Enzenhofer et.al. 2007: 79)

Im Folgenden werden – auf Basis verschiedener empirischer Studien – jene Hürden näher betrachtet, von denen speziell migrantische UnternehmerInnen betroffen sind. Die Studien beziehen sich vordergründig auf strukturelle Rahmenbedingungen, welche Einfluss auf die Unternehmensgründung haben.

### Informationsdefizit hinsichtlich Beratungsmöglichkeiten

Als Problemlage in mehreren europäischen Ländern identifiziert Haberfellner (vgl. 2012: 66f) den schweren Zugang von UnternehmerInnen mit Migrationshintergrund zu Mainstream-Organisationen wie großen Unternehmervverbänden, Wirtschaftskammern und Service-Zentren. Die Ursachen dafür sieht sie einerseits in der Orientierungslosigkeit der zugewanderten UnternehmerInnen in den Service- und Interessensvertretungsstrukturen des Aufnahmelandes, da diese mit jenen des Herkunftslandes oft nicht vergleichbar sind. Andererseits gründe der erschwerte Zugang aber auch in den mangelhaften Diversity-Strategien verschiedener Einrichtungen. Werden beispielsweise fehlende Sprachkenntnisse der zugewanderten UnternehmerInnen nicht durch Maßnahmen seitens der Organisationen, zum Beispiel durch mehrsprachige Informationsangebote, ausbalanciert, bleibt der Zugang völlig verwehrt. Diesbezüglich zeigen auch Enzenhofer et.al. (vgl. 2007: 101ff) in ihrer Studie auf, dass lediglich 37% der befragten migrantischen UnternehmerInnen Beratungen zur Unternehmensgründung in Anspruch genommen haben. Am häufigsten wurde Beratung bei Unternehmensgründungen im Bereich Information und Consulting eingeholt (50%), am wenigsten oft bei Unternehmensgründungen im Handel (27%). Der Grund des Beratungsverzichts liegt – abseits einer nicht gesehenen Notwendigkeit – für viele migrantische UnternehmerInnen (41%) im Nichtwissen um die Existenz der Beratungsmöglichkeit. Dieses ist bei bildungsferneren Schichten (Pflichtschulabschluss) ein häufigerer Grund (69%) als bei Personen mit Hochschulabschluss (33%).

Sowohl die Wirtschaftskammer Wien als auch die Wirtschaftsagentur Wien haben vor einigen wenigen Jahren die Notwendigkeit zielgruppengerechter Zugangskanäle zu ihren Angeboten erkannt und bieten mittlerweile für Zuwanderer mehrsprachige Informations- und Beratungsangebote an (siehe dazu Kap.6.4.3).

### Informationsdefizit hinsichtlich Fördermöglichkeiten

In der schon zitierten repräsentativen Befragung migrantischer UnternehmerInnen in Wien wurde bei der Frage nach dem *größten* Hindernis der Unternehmensgründung insbesondere die Geldbeschaffung – bei den Männern mit 32,5% am zweithäufigsten, bei den Frauen mit 26% am häufigsten – genannt (vgl. ebd.: 80). Gerade in der Gründungsphase sind Investitionen notwendig, für die Eigenmittel selten ausreichen. Für migrantische UnternehmerInnen stellen dabei oftmals das Nichtwissen um Förderungen als auch der erschwerte Zugang zu Fremdkapital Hemmnisse dar.

Eine Gründungs- oder sonstige Förderung haben dementsprechend nur 19% der in der Studie befragten UnternehmerInnen mit Migrationshintergrund in Anspruch genommen. Je nach Motivation der Unternehmensgründung zeigen sich hier jedoch deutliche Unterschiede: bei intrinsisch motivierten

Unternehmensgründungen lag der Anteil der Inanspruchnahme von Förderungen bei weitem höher als bei UnternehmerInnen, die durch externe Rahmenbedingungen zur Selbstständigkeit gezwungen waren<sup>24</sup>. Auch zeigt sich, dass mit der Dauer des Aufenthaltes bzw. in der zweiten Generation der Anteil der UnternehmerInnen, die Förderungen beziehen, steigt. Der Grund sich nicht um Förderungen zu bemühen, liegt meistens im Informationsdefizit über entsprechende Möglichkeiten, was wiederum im Zusammenhang mit der geringen Nutzung von Beratungsangeboten steht (vgl. ebd.: 94). Manchmal liegt es jedoch auch daran, dass Förderkriterien nicht erfüllt werden können, da diese meist auf die Förderung bestimmter Unternehmenskonzepte, wie etwa technologische Innovation, abzielen (vgl. Haberfellner 2012: 145).

### **Eingeschränkter Zugang zu Fremdkapital**

Sowohl in Deutschland als auch in Österreich wird in verschiedenen Publikationen auf den vor allem MigrantInnen betreffenden erschwerten Zugang zu Fremdkapital bei Banken hingewiesen (siehe Leicht/Langhauser 2014: 44; Schuleri-Hartje et.al 2005: 117; Enzenhofer et.al. 2007; Haberfellner et.al. 2000: 143f). Enzenhofer et.al. (vgl. 2007: 100) führen dies auf den Umstand zurück, dass im Zusammenhang mit einer Kreditvergabe eine ausländische Staatsbürgerschaft von vielen Banken als Risiko bewertet wird. Haberfellner (vgl. 2000: 144) stellt fest, dass bei AusländerInnen mit einer befristeten Aufenthaltsgenehmigung Banken sehr zurückhaltend sind, eine unbefristete Aufenthaltsgenehmigungen als höheres Risiko bewertet wird und dadurch höhere Zinsen verlangt werden. Einen weiteren nachteiligen Aspekt sieht sie in dem Erfordernis der Vorlegung eines Business Planes bei Kreditansuche, dessen Erstellung bei Sprachschwierigkeiten für MigrantInnen oftmals eine Hürde darstellt. Darüber hinaus ist von BankvertreterInnen die im Ausland erworbene Berufs- und Ausbildungsqualifikationen der KreditwerberInnen kaum überprüf- und einschätzbar, was sich ebenso auf die Kreditwürdigkeit auswirkt.

Durch die restriktive Kreditvergabe ergeben sich gerade in der Gründung von Unternehmen in kapitalintensiveren Branchen für MigrantInnen geringere Chancen. Tülay Tuncel, die für das Serviceprogramm Mingo Migrant Enterprises der Wirtschaftsagentur Wien zuständig ist, sieht die Fremdfinanzierung bzw. das Misstrauen seitens der Banken gegenüber Personen mit Migrationshintergrund in der Kreditvergabe ebenso als wesentliche Einstiegshürde für migrantische UnternehmerInnen:

*„Es gibt diese strukturellen Einstiegshürden. Das beginnt in der Frage der Fremdfinanzierung. Also wir hören das oft, dass Personen mit Migrationshintergrund eher den Kriterien nicht entsprechen, die sich die Banken vorstellen. Im Sinne von Sicherheiten, im Sinne von positiver Ablauf einer Einkommenskarriere. Ist sehr vielschichtig. Meine Begründung ist ein bisschen die Tatsache, dass rund 80% der Personen mit Migrationshintergrund in den Branchen tätig sind, die kollektivvertraglich jetzt am wenigsten zahlen und sie in der Regel in größeren familiären Netzwerken drinnen stecken und hier die Option oder Wahrscheinlichkeit, dass sie Rücklagen bilden können geringer ist, natürlich das Kumulieren eines Eigenkapitalbestandes für eine eventuelle Selbstständigkeit womöglich weniger wahrscheinlich ist.“ (E6, Z185-190)*

### **Mangelnde Anerkennung von Qualifikationen**

Der Zugang zu bestimmten Berufen bzw. die Ausübung bestimmter Gewerbe ist durch das Erfordernis entsprechender Befähigungsnachweise reguliert. Dieser Zugang ist herkunftsbedingt insofern eingeschränkt, als im Ausland erworbene Abschlüsse oder Ausbildungen in Ländern wie Deutschland und Österreich häufig nicht oder unter erschwerten Bedingungen anerkannt werden. Während für wissensintensivere Dienstleistungen meist der Abschluss eines Hochschulstudiums erforderlich ist, ist die Voraussetzung für die Aufnahme eines handwerklichen Berufes in der Regel die Meisterprüfung. Werden Qualifikationen von Zuwanderern durch das Aufnahmeland nicht anerkannt, bedeutet dies nicht nur eine Einschränkung in der Berufswahl sondern auch die Kanalisierung von MigrantInnen in bestimmte Berufssparten, in denen keine Befähigungsnachweise zu erbringen sind (vgl. Leicht/Langhauser 2014: 43). Diese Dequalifizierung, dass Menschen also nicht ihrem Bildungsstand entsprechend tätig sind, lässt sich Tülay Tuncel zufolge auch für selbstständig erwerbstätige MigrantInnen in Wien feststellen:

*„Dann geht es weiter in der Frage der mitgebrachten Ausbildungen. Wir wissen, dass die Personen mit Migrationshintergrund nicht ihrer Ausbildung adäquat im selbstständigen Arbeitsmarkt eingesetzt werden. Das wissen wir, weil rund 45% der Personen, die in Wien*

---

<sup>24</sup> Enzenhofer et. al. (vgl. 2007: 72) unterscheiden hinsichtlich der vordergründigen Gründungsmotive die Typen „Ökonomie der Selbstverwirklichung“ und „Ökonomie der Not“: während beim ersten Typ intrinsische Gründungsmotive wie Unabhängigkeit, höheres Ansehen, mehr Geld, Selbstverwirklichung und Flexibilität im Vordergrund stehen, sind es beim anderen die Angst vor Arbeitslosigkeit, Arbeitslosigkeit, die einzige Arbeitsmöglichkeit in Österreich und die Meinung, dass man zu alt für den Arbeitsmarkt sei.

*selbstständig sind und Migrationshintergrund haben, Matura oder einen höheren Abschluss haben. Das heißt viel. Und wenn man sicher dann aber ansieht, dass die meisten im Gastronomiebereich, im Handel und im Bau selbstständig sind, also in weniger prestigereicheren oder wissensintensiveren Branchen, dann heißt das ja, dass sie quasi womöglich nicht ihrer Ausbildung adäquat eingesetzt werden. Und das ist natürlich ein Problem, langfristig. Weil es sich dann auf das Einkommen auswirkt. Und weil es sich auch auf die Frage des sozialen Aufstiegs auswirkt.“ (E6, Z 195-201)*

### **Preiskonkurrenz**

Abseits der bisher beschriebenen institutionellen Barrieren wird lediglich in einer Publikation des Arbeitsmarktservices (AMS) Österreich auch auf einen räumlichen Faktor, der die laufende Geschäftstätigkeit beeinflussen kann, Bezug genommen.

In vielen Städten ist, wie auch in den Fallgebieten dieser Arbeit, eine räumliche Konzentration migrantischer Unternehmen zu beobachten. Dies kann sowohl positive<sup>25</sup> als auch negative Agglomerationseffekte für die einzelnen UnternehmerInnen mit sich bringen. Als negativ ist die Unterbietung in den Marktpreisen, die aus der Konkurrenzsituation entsteht, zu bewerten. Eine starke Konkurrenzsituation entsteht vor allem bei einer räumlichen Konzentration migrantischer Unternehmen derselben Branche.

In der Studie des AMS wird diesbezüglich festgestellt, dass sich insbesondere UnternehmerInnen mit Migrationshintergrund in ihrer Geschäftstätigkeit durch die Preiskonkurrenz am Markt beeinträchtigt fühlen.<sup>26</sup> Obgleich die Preiskonkurrenz auch von autochthon österreichischen UnternehmerInnen als Beeinträchtigung gesehen wird, wird diese Meinung von einem weitaus geringeren Anteil vertreten (vgl. Schmid et.al. 2006: 119).

### **Zwischenresümee**

(Potentielle) selbstständige UnternehmerInnen mit Migrationshintergrund sind in der Unternehmensgründung durch so manche strukturelle Rahmenbedingungen mehr als autochthon österreichische UnternehmerInnen eingeschränkt. Dennoch betrifft dies die Gruppe der MigrantInnen durch ihre Inhomogenität keineswegs in gleichem Maße. So gibt es etwa zwischen der 1. und 2. Zuwanderergeneration bzw. zwischen früheren und aktuellen Unternehmensgründungen wesentliche Unterschiede, die auf unterschiedliche Migrationsbiographien oder auch veränderte gewerberechtliche Bedingungen (siehe Kap. 6.3) zurück zu führen sind. Auch Haberfellner (2012: 113) stellt fest, dass „viele Hürden, die Angehörige der 1.Generation – und hier insbesondere Drittstaatsangehörige – bei der Unternehmensgründung noch überwinden mussten, für Angehörige der 2.Generation deutlich reduziert (sind, C.A.). Sie haben in aller Regel das österreichische Bildungssystem durchlaufen, verfügen über ausreichende Sprachkenntnisse zur Informationsgewinnung, und es gelten für sie keine spezifisch gewerberechtlichen Ausschlussgründe.“

## **5. DER STADTTEIL ALS GESELLSCHAFTLICHER RAUM**

Da gerade Stadtteilbetriebe – und im Rahmen dieser Arbeit die den Stadtteilbetrieben zuzurechnende Migrantenökonomie – nicht nur besondere Bedeutung für den Stadtteil bzw. Einfluss auf die Stadtteilentwicklung haben (siehe Kap. 3. u. 4.), sondern auch der Stadtteil selbst ein Wirkungsfeld darstellt, welches das unternehmerische Denken und Handeln beeinflusst, wird das dieser Arbeit zugrunde liegende räumliche Verständnis im folgenden Kapitel erörtert. Der Stadtteil als die betrachtete räumliche Ebene wird dabei nicht vordergründig zur Abgrenzung eines Territoriums herangezogen, sondern als Lokalisierung eines gesellschaftlichen Raumes wahrgenommen und als solcher analysiert.

---

<sup>25</sup> Als positiver Agglomerationseffekt ist anzusehen, dass eine räumlich konzentrierte Migrantenökonomie durch das Angebotsspektrum bestimmte Zielgruppen verstärkt anzieht und sich somit der lokale Absatzmarkt der Unternehmen vergrößert. Auf die Multiplikatorfunktion räumlich geclusterter migrantischer Unternehmen weisen auch Rekers/Van Kempen (2000: 62) hin: „Spatial clusters of ethnic entrepreneurs can create multiplier effects. Ethnic enterprises within a neighbourhood or larger area can attract customers from other areas, but also other kinds of enterprise in their immediate surroundings.“

<sup>26</sup> Dabei bezieht sich die Studie auf eine Befragung von UnternehmerInnen der Bereiche Gewerbe und Handwerk der KMU Forschung Austria (vgl. Schmid et.al. 2006: 70).

Nach einer einleitenden Diskussion unterschiedlicher theoretischer Auseinandersetzungen mit dem Raumbegriff, die von einem gesellschaftlichen oder sozialen Raum ausgehen und sich sowohl mit den verschiedenen Raumkomponenten als auch dem Prozess der Raumproduktion beschäftigen, wird daraus die Raumvorstellung, an welcher sich diese Arbeit orientiert, abgeleitet. Letztendlich werden die für die empirische Analyse der Stadtteile relevanten räumlichen Aspekte herausgestellt, die an den Raumdimensionen, wie sie Läßple (1991) in seinem Konzept des Matrixraumes darlegt, ausgerichtet sind.

## 5.1 Raum als gesellschaftlich produziert und handlungsstrukturierend

Soziologische Raumvorstellungen sind vielfach von philosophischen und physikalischen Denkmodellen zum Raum beeinflusst.<sup>27</sup> Bei der Auseinandersetzung mit verschiedenen Raum Begriffen in der sozialwissenschaftlichen Literatur lassen sich – wie auch in den physikalischen und philosophischen Debatten und Denktraditionen – grundsätzlich absolutistische von relativistischen Raumvorstellungen unterscheiden (vgl. Löw 2001: 17; 35). Als **absolutistisch** sind jene Raum Begriffe zu sehen, in denen Raum eine eigene Realität getrennt vom Handeln, von Körpern oder der Menschen zugeschrieben oder der dreidimensionale euklidische Raum als unumgängliche Voraussetzung der Raumkonstitution angesehen wird. Die angenommene dualistische Trennung von Raum und Handeln führt zur Vorstellung eines für sich existierenden Raumes, welcher das soziale Geschehen lediglich umschließt. Löw stellt innerhalb dieser absolutistischen Raumauffassung drei Variationen fest: den ortsbezogenen Raum Begriff, den territorialen Raum Begriff sowie einen auf die Kantsche Vorstellung bezogenen Raum Begriff. Für die beiden erstgenannten ist Raum eine existierende Grundlage, ein Ort oder Territorium an dem etwas stattfindet. Die Konstitution von Raum bleibt unberücksichtigt. In der Kantschen Vorstellung, wie sie etwa Simmel vertritt, wird Raum nicht als eigene Realität, sondern als ein formgebendes Ordnungsprinzip, welches jeglicher Erfahrung vorausgeht, aufgefasst. Für die Konstitution von Räumen wird demnach eine menschliche Konstruktionsleistung vorausgesetzt. Dennoch bleibt die Vorstellung von Raum insofern absolutistisch, da diese Konstruktionsleistung nur im Rahmen euklidischer Prinzipien als möglich angesehen wird (vgl. ebd.: 63ff). Diese absolutistischen Raumvorstellungen umschreibt Läßple in Anlehnung an Einstein, der vom „container“ spricht, als „Behälter-Raum-Konzept“ (vgl. Läßple 1992: 190). In **relativistischen** Raumvorstellungen werden Räume hingegen durch Beziehungen zwischen Körpern bzw. durch ihre Lageverhältnisse wahrgenommen und sind nicht „selbstständig“ existent. Raum ist folglich nicht etwas unmittelbar Gegebenes, sondern entsteht aus der relationalen Ordnung körperlicher Objekte. Eine solche Raumvorstellung bezeichnet Läßple als „relationalen Ordnungsraum“ (vgl. ebd.: 189). Obwohl gegenwärtig in den Sozialwissenschaften beide Raumvorstellungen anzutreffen sind, zeichnet sich in den letzten Jahren in raumsoziologischen Arbeiten eine zunehmende Favorisierung relationaler Raum Begriffe ab. Durch relationale Raum Begriffe werden im Gegensatz zu absolutistischen Raumauffassungen die kreativen Möglichkeiten und Chancen von AkteurInnen bei der Konstituierung und der Gestaltung von Räumen betont (vgl. Schroer 2006: 175), womit der Befürchtung, dass „wir Grundlegendes übersehen, wenn wir Räume nur als territoriale Vorbedingung menschlichen Verhaltens erachten“ (Kessl/Reutlinger 2010: 8) entgegen gewirkt wird.

Der Raum Begriff, welcher dieser Arbeit zugrunde liegt, orientiert sich an den Raumkonzepten von Dieter Läßple (1991; 1992) und Martina Löw (2001), die beide von der Annahme eines gesellschaftlich produzierten Raumes ausgehen, welcher selbst wiederum Wirkung auf die gesellschaftliche Praxis zeigt.

### 5.1.1 Gesellschaftlicher Raum – Raum als Produkt gesellschaftlicher Verhältnisse

Läßple geht bei seinen Überlegungen zu einem gesellschaftswissenschaftlichen Raumkonzept davon aus, dass Raum nicht unmittelbar wahrgenommen werden kann, kein „Ding an sich“, sondern Resultat menschlicher Syntheseleistung ist. Wahrgenommen werden können nur die positionalen Beziehungen der Gegenstandswelt, also der Rauminhalt (vgl. Läßple 1991: 163f).

---

<sup>27</sup> Mehr zu historischen, physikalischen und philosophischen Raumvorstellungen siehe Löw 2001.

Als Ausgangspunkt für sein Konzept gesellschaftlicher Räume verdeutlicht er zunächst, worin sich ein gesellschaftlicher vom physikalischen Raum unterscheiden müsse. Die Vorstellung des „physikalischen“ Raumes in der klassischen Physik als eine Art Behälter, der leer und gleichförmig ist, aber auch die eines relationalen Ordnungsraumes wie etwa bei Einstein, in der Raum und die Raumstruktur durch die lage- und standortbedingte Ordnungsstruktur körperlicher Objekte bestimmt ist, könne zwar auf den gesellschaftlichen Raum angewendet werden, die Problematik sieht Läßle jedoch darin, dass bei Betrachtung des gesellschaftlichen Raumes als Behälter eine Entkoppelung des *Raumes* von dem Funktions- und Entwicklungszusammenhang seines gesellschaftlichen *Inhalts* stattfindet. Doch auch bei einer (passiven) relationalen Raumvorstellung, in der sich die physisch-materielle Raumstruktur durch das Beziehungsgefüge der Lagen und Standorte seiner körperlichen Objekte darstellen lässt, greife eine ausschließliche Betrachtung dieser materiell-physischen Struktur als Manifestation der Anordnung verschiedener Elemente zu kurz: nicht erfasst werden wiederum die gesellschaftlichen Entwicklungszusammenhänge, die diese Strukturen hervorgebracht haben oder sie reproduzieren, genauso wenig die gesellschaftlichen Funktionen einzelner Raumelemente (vgl. ebd.: 195). Daher schlägt Läßle ein erweitertes Raumkonzept vor, welches die gesellschaftlichen Kräfte, die das materiell-physische Substrat des Raumes formen und gestalten, miteinbezieht und damit gesellschaftliche Räume aus ihrem Funktions- und Entwicklungszusammenhang erklärbar werden. Diesen auf den relationalen Ordnungsraum aufbauenden Raumbegriff bezeichnet er als Matrix-Raum. Statt eines passiven relationalen Ordnungsraumes, ist der sich selbst strukturierende Matrix-Raum als die formschaffende, gestaltgebende, sich stets im Prozess befindliche Wirkungsgröße zu verstehen, die sich in der Raumstruktur bzw. im materiell-physischen Substrat manifestiert.

Zur Charakterisierung eines gesellschaftlichen Raumes unterscheidet er folgende Komponenten eines Matrix-Raumes (ebd.: 196f):

- „das *materiell-physische Substrat* gesellschaftlicher Verhältnisse, als die materielle Erscheinungsform des gesellschaftlichen Raumes. Dieses gesellschaftlich „produzierte“ Substrat umfasst menschliche, oftmals ortsgedundene, Artefakte, materielle Nutzungsstrukturen sowie die Menschen selbst.
- die *gesellschaftlichen Interaktions- und Handlungsstrukturen* bzw. die gesellschaftliche Praxis der mit der Produktion, Nutzung und Aneignung des Raumsubstrats befassten Menschen. Diese werden als soziale Akteure und unter dem Aspekt ihrer klassenmäßigen Differenzierung betrachtet.
- Ein *institutionalisiertes und normatives Regulationssystem*, welches als Vermittlungsglied zwischen dem materiellen Substrat und der gesellschaftlichen Praxis seiner Produktion, Aneignung und Nutzung fungiert. Hierunter fallen Eigentumsformen, Macht- und Kontrollbeziehungen, rechtliche Regelungen, Planungsrichtlinien sowie soziale und ästhetische Normen. Entsprechend der Kompetenzverteilung überlagern sich in diesem Regulationssystem verschiedene Raumniveaus.
- Ein mit dem materiellen Substrat verbundenes *Zeichen-, Symbol- und Repräsentationssystem*, da die raumstrukturierenden Artefakte auch Symbol- und Zeichenträger sind. Die materiell-räumliche Struktur des gesellschaftlichen Raumes hat zusätzlich den Charakter „kristallisierter“ Geschichte, die das kollektive Gedächtnis verkörpert.“

Ein gesellschaftlicher Raum ist dementsprechend aus dem gesellschaftlichen Herstellungs-, Verwendungs- und Aneignungszusammenhang seines materiellen Substrats zu erklären, indem diese unterschiedenen Komponenten miteinander in Beziehung gesetzt werden. Der gesellschaftlich produzierte Raum entfaltet schließlich durch die gesellschaftliche Praxis der Menschen eine eigene Wirkung. Der Matrix Raum ist damit ein sich selbst gestaltender und strukturierender Raum (vgl. ebd.: 197).

Diese vier Dimensionen eines gesellschaftlichen Raumes stellen einen grundlegenden Ansatzpunkt für die empirische Raumanalyse dieser Arbeit dar. Durch die Betrachtung der gesellschaftlichen Verhältnisse, auf die sich die einzelnen Komponenten beziehen und die als raumstrukturierende Tendenzen des Matrixraumes definiert sind, kann

Raum empirisch erfasst werden. Dies geschieht vor dem Hintergrund der Annahme, dass die Raumwahrnehmung an eine menschliche Syntheseleistung gebunden ist und Raum somit nicht völlig objektiv rekonstruiert werden kann. Auf diese Syntheseleistung geht Läßple jedoch nicht näher ein.

### 5.1.2 Relationaler Raum – Raum im Wechselverhältnis von Struktur und Handeln

Während Läßple die *raumstrukturierenden Komponenten* für die Charakterisierung eines gesellschaftlichen Raumes benennt, entwirft Martina Löw (2001) aufgrund der von ihr festgestellten Defizite in der soziologischen Fachliteratur bezüglich dem Verhältnis von Strukturen und Handeln als auch der Syntheseleistung zur Raumkonstruktion einen relationalen Raumbegriff. Dieser zielt vorrangig darauf ab, aus einer handlungstheoretischen Sichtweise den *Konstitutionsprozess von Raum* und das *Wechselverhältnis von räumlichen Strukturen und Handeln* zu erklären.

Raum versteht sie als eine „relationale (An)Ordnung von Lebewesen und sozialen Gütern“ (Löw 2001: 166). Im Gegensatz zu einer – wie auch von Läßple kritisierten – Auffassung eines *passiven* relationalen Ordnungsraumes, verweist Löw schon durch die Schreibweise (An)Ordnung neben der Ordnung, die durch Räume geschaffen wird, auch auf den Prozess des Anordnens und damit der gesellschaftlichen Praxis (vgl. ebd.).

Die neben den Lebewesen anzuordnenden oder angeordneten sozialen Güter versteht sie als „Produkte gegenwärtigen und vor allem vergangenen materiellen und symbolischen Handelns“ (Kreckel 1992: 77 nach ebd.: 153), welche sich in primär materielle und primär symbolische Güter untergliedern lassen, wobei sie jedoch stets beide Komponenten umfassen.<sup>28</sup> Bei der (An)Ordnung von sozialen Gütern in der Raumkonstitution handelt es sich um primär materielle Güter, welche schließlich aber auch symbolische Wirkung entfalten (siehe dazu Kapitel 5.2.). Neben diesen Gütern sind auch Menschen Bestandteil der Raumkonstruktion. Durch diese Bausteine und deren Verknüpfung kann Löw zufolge schließlich die Konstitution von Raum analysiert werden (vgl. ebd.: 153ff).

Da sich Löw vorrangig mit der Relationenbildung der miteinander verknüpften sozialen Güter und Menschen beschäftigt, spricht sie von einem relationalen Raumbegriff. Die Raumkonstitution führt sie auf zwei analytisch zu unterscheidende Prozesse zurück: das „Spacing“ und die „Syntheseleistung“. Während mit Spacing das Platzieren und das Positionieren von sozialen Gütern und Menschen gemeint ist, wie etwa das Bauen von Häusern oder das Aufstellen von Ortseingangsschildern, bezeichnet Syntheseleistung die Verknüpfung von Gütern und Menschen zu Räumen über Wahrnehmungs-, Vorstellungs- oder Erinnerungsprozesse. Raum sieht sie folglich über diese beiden Prozesse *im Handeln* konstituiert. In Anlehnung an Giddens (1988), demzufolge gesellschaftliche Institutionen in Routinen reproduziert werden, stellt Löw fest, dass auch Räume im repetitiven, oftmals alltäglichen Handeln immer wieder auf die gleiche Weise hergestellt werden, Spacing und Synthese also institutionalisiert werden. Damit entstehen „institutionalisierte Räume“, deren (An)Ordnung über das eigene Handeln hinaus bestehen bleibt. Durch diese Beständigkeit bzw. „als institutionalisierte (An)Ordnung wird der Raum zur Objektivierung, das bedeutet, dass er – ein Produkt menschlicher Tätigkeit – als gegenständlich erlebt wird“ (ebd.: 164). Damit wird die *strukturierende Dimension* von Raum angesprochen. Räumliche Strukturen<sup>29</sup>, die sich dadurch definieren, dass sie als Regeln und Ressourcen in Institutionen – seien es soziale Gebilde mit organisatorischen Formen oder auch gesellschaftlich vorarrangierte Muster des Handelns – eingelagert sind, wirken rekursiv auf das Handeln zurück. Räumliche Strukturen können als Regeln der Konstitution von Raum, sowohl im Prozess des Platzierens (Spacing) als auch der Verknüpfung (Synthese), aufgefasst werden. Mit diesen Überlegungen bringt Löw das Verhältnis von Handeln und Struktur zum Ausdruck: Räume werden im alltäglichen, routinemäßigen Handeln geschaffen und steuern als in Institutionen verankerte, räumliche Strukturen das Handeln. Räumliche Strukturen existieren demnach neben politischen, ökonomischen, rechtlichen, etc. Strukturen und bilden zusammen die gesellschaftliche Struktur. Dabei

---

<sup>28</sup> Als primär materielle Güter nennt Löw beispielhaft Tische, Stühle, Häuser, als primär symbolische Güter hingegen Lieder, Werte oder auch Vorschriften (vgl. Löw 2001: 153).

<sup>29</sup> Strukturen und damit auch räumliche Strukturen versteht Löw basierend auf Anthony Giddens (1988) als Regeln und Ressourcen, die in Institutionen verankert sind. Regeln beziehen sich dabei auf die Konstitution von Sinn oder auf die Sanktionierung von Handeln. Ressourcen sind Medien, durch die Macht ausgeübt wird. (vgl. Löw 2001: 167)

merkt Löw an, dass sich in der Konstitution von Räumen nicht nur räumliche, sondern auch ökonomische, rechtliche oder soziale Strukturen realisieren und diese ebenso deren Konstitution prägen (vgl. Löw 2001: 158 - 172).

Bei ihren Ausführungen zur Konstitution von Raum thematisiert Löw schließlich auch die Entstehung von Orten. Das Verhältnis von Raum und Ort sieht sie darin, dass Orte durch die Lokalisierung von Raumkonstruktionen entstehen. Das Spacing, der Prozess des Platzierens oder Platziert-Werdens in der Raumkonstitution, braucht Orte, an denen etwas platziert werden kann. Der Ort ist demnach Ziel und Resultat der Platzierung. Orte entstehen zwar durch Platzierungen, sind jedoch nicht mit der Platzierung identisch, da sie über eine gewisse Zeit lang auch ohne das Platzierte erhalten bleiben können (vgl. ebd.: 189).

Angelehnt an die Überlegungen Löws zur Lokalisierung von Räumen an Orten, wird in dieser Arbeit vom *Stadtteil* als Ort bzw. als *lokalisiertem Raum* ausgegangen. Wesentlich für die Analyse dieser Arbeit ist, dass durch den Ortsbegriff ein Einflussfaktor auf die Synthese im Prozess der Raumkonstruktion deutlich wird: das Bezugssystem der Synthetisierenden. Löw geht davon aus, dass neben anderen Faktoren, wie etwa der Habitus des synthetisierenden Menschen, die Lokalisierung des Synthetisierenden die Synthese prägt. In Abhängigkeit davon, an welchem Standpunkt man sich befindet, werden Räume und Orte unterschiedlich synthetisiert. Die Außen- und die Binnenwahrnehmung von Orten kann demzufolge mitunter sehr unterschiedlich ausfallen. Im Umkehrschluss soll dies jedoch nicht bedeuten, dass alle Menschen vom selben Ort aus in gleicher Weise synthetisieren, da darüber hinaus der durch Strukturprinzipien geprägte Habitus auf die Synthese wirkt. Dennoch geht Löw davon aus, dass die Raumsynthese unterschiedlicher gesellschaftlicher Gruppen vom selben Ort aus mehr Gemeinsamkeiten aufweist als jene von unterschiedlichen Orten (vgl. ebd.: 202).

### **5.1.3 Das Image als die symbolische Dimension des Raumes**

In der symbolischen Dimension des Raumes, welche eine der Komponenten des Matrix-Raumes bei Läßle (1991) darstellt, wird für diese Arbeit der Aspekt des Images herausgegriffen. Im Sinne der eingangs formulierten Forschungsfragen soll u.a. das Wechselverhältnis des Stadtteilimages – als eine Komponente des Raumes – mit der Migrantenökonomie beleuchtet werden. Inwiefern wird das Stadtteilimage durch Migrantenökonomien beeinflusst? Oder anders ausgedrückt: sind migrantische UnternehmerInnen Bestandteil des Images? Wie wirkt sich das Image auf ihre Handlungsperspektiven aus?

Der Image-Begriff, welcher seit Ende des 19. Jahrhunderts in Frankreich und im angloamerikanischen Sprachraum in der Psychologie verbreitet ist, wurde und wird in deutschsprachigen psychologischen Studien mit dem Begriff des „Vorstellungsbildes“ gefasst. Bei den verschiedenen Image-Konzepten in Wirtschafts-, Sozial- und Kulturwissenschaften liefert Brachfeld (1976: 215 nach Kautt 2008) eine umfassende Definition, in welcher er Image als „die Gesamtheit der an einen Gegenstand geknüpften Vorstellungen, Emotionen und Wertungen“ charakterisiert. Im deutschen Sprachraum wurde der Begriff in der sozialpsychologischen aber auch soziologischen Verwendung maßgeblich von Kleining (1961) geprägt, der Image als Ergebnis zweier Faktoren sieht: zum einen des Reizes, der von dem Objekt von dem das Bild entworfen wird, ausgeht, zum anderen der subjektiven Verarbeitung der Person, die sich das Bild macht. Da Personen unterschiedlich mit Reizen umgehen, entstehen folglich auch verschiedene Vorstellungsbilder desselben Gegenstandes. Aufgabe der Soziologie sieht Kleining schließlich darin, gruppenspezifische andauernde Vorstellungen, die er als „kollektive Images“ bezeichnet, zu erforschen (vgl. Kautt 2008: 13f). Mit dem Begriff Image wird also ein individuelles oder kollektives Vorstellungsbild bezeichnet, welches durch die Verarbeitung gesendeter Reize oder Informationen durch eine den Reiz empfangende Person entsteht.

Als bedeutsame konstitutive Aspekte von (Städte-)Images führt Zimmermann (vgl. 1975: 51ff) eine kognitive, eine affektive und eine behaviorale Komponente an. Die kognitive Komponente eines Images umfasst das Phänomen, die Wahrnehmung und Vorstellung zu vereinfachen und auf Grundzüge zu reduzieren, um damit komplexe Zusammenhänge zu bewältigen. Dies impliziert, dass im Image ein Gegenstand oder die Umwelt nicht objektiv, sondern in gefiltertem und selektiertem Zustand erfasst wird. Die affektive Komponente bezieht sich auf die

Beeinflussung von Wahrnehmung und Verhalten auf Basis von Gefühlen, Wertungen und persönlichen oder gruppenhaft empfundenen Bedürfnissen, wodurch dem Meinungsgegenstand bestimmte Qualitäten zugeschrieben werden. Schließlich wird mit der behavioralen Komponente der verhaltensbeeinflussende Aspekt von Images bezeichnet. Ein Image stellt letztendlich eine Bewertung und Vereinfachung – durch Typisierung und Reduzierung – auf als charakteristisch erlebte Details dar, die im Image als Gesamterlebnis, als etwas Ganzheitliches, wahrgenommen werden.

Bezogen auf den Raum unterscheidet Ipsen (vgl. 1986: 926f) das Raumimage vom Raumbild.<sup>30</sup> Image stellt für ihn ein, den gesamten Raumkomplex umfassendes, verbales Zeichensystem dar, dessen primäre Funktion es ist, einen Raum zu bezeichnen und mit einem Wert zu assoziieren. Er sieht Images demnach als *bewusst* geschaffene Vorstellungsbilder, die oftmals dem Zweck dienen, einem Raum „eine andere Verpackung“ zu geben. Raumbilder hingegen stellen für ihn die auf einen Raum projizierten, meist materialisierten Zeichenkomplexe dar, die in Bezug zu einem Entwicklungsmodell stehen.

Das Entstehen von Raumimages ist, wie auch bei anderen kognitiven Bildern, auf direkte Erfahrung und indirekte Informationen – wie etwa durch Medien vermittelt – zurückzuführen, die durch vorstrukturierte Wahrnehmungsweisen selektiert werden (vgl. Knox/Marston 2008: 385). In diesem Zusammenhang ist auf den Prozess der (Raum-)Wahrnehmung näher einzugehen, dem auch Löw eine besondere Stellung einräumt. Die Konstitution von Raum – und damit auch der symbolischen Ebene von Raum – sieht sie im Prozess der Synthese an die Wahrnehmung gebunden. Unter Wahrnehmung versteht Löw das gleichzeitige Ablaufen zweier Vorgänge: der Außenwirkung sozialer Güter bzw. Menschen und der Wahrnehmungsaktivität der Menschen. „Die alltägliche Konstitution von Räumen geht mit Wahrnehmungen einher, die sowohl auf der Außenwirkung sozialer Güter und anderer Menschen basieren, als auch auf der Wahrnehmungsaktivität des Konstituierenden“ (Löw 2001: 197).<sup>31</sup> Unter der Außenwirkung der sozialen Güter versteht sie die symbolische Wirkung, als auch die Beeinflussung der Menschen durch wahrnehmbare Gerüche, Töne oder Farben. Wahrnehmung ist dabei nicht unmittelbar, sondern ein selektiver Vorgang, der durch Bildung und Sozialisation vorstrukturiert ist. Wahrnehmung läuft demnach nicht für alle Menschen gleich ab, sondern ist geprägt von einem bestimmten Habitus (vgl. ebd.: 194ff.).

Für die Raumwahrnehmung und damit Raumsynthese ist neben dem Habitus, wie bereits an anderer Stelle angeführt (siehe Kapitel 5.1.2), der Ort des synthetisierenden Menschen entscheidend. Auch Zimmermann (1975: 99) konstatiert, dass „das Bild, das sich die Individuen oder Gruppen von der Stadt machen (...) von der Ortsdistanz abhängt“ und stellt die These auf, dass der Differenzierungsgrad eines Bildes mit der Entfernung durch verminderte Informationsdurchlässigkeit oder geringere Erfahrungsgewinnung sinke. Demzufolge scheint es sinnvoll, in Analysen zum Image eines bestimmten Raumes grundsätzlich zwischen dem *Binnenimage*, dem Bild welches Personen, die im Stadtteil arbeiten und leben, und dem *Außenimage*, dem Bild welches außenstehende Personen vom Stadtteil haben oder durch Medien vermittelt wird, zu differenzieren. Unterschiedliche Raumwahrnehmungen können in Raumimages – als den kognitiven räumlichen Vorstellungsbildern – zum Ausdruck kommen. In den qualitativen Interviews im Rahmen der empirischen Analyse wird daher den individuellen Wahrnehmungen des Stadtteils nachgegangen, um individuelle oder kollektive Raumimages aufzuspüren und ansatzweise einer relativen Raumvorstellung gerecht zu werden, in der Raum nicht absolut bestimmbar, sondern u.a. abhängig von der Wahl des eingenommenen Blickwinkels bzw. dem Standort des Betrachters ist (vgl. Kessl 2010: 23).

---

<sup>30</sup> Seine Unterscheidung von Raumbild und Raumimage wird in dieser Arbeit nicht übernommen.

<sup>31</sup> Im Zusammenhang mit der Außenwirkung sozialer Güter und Menschen, die ein solche neben ihrer Materialität aufweisen, erörtert Löw (2001) auch das Entstehen von Atmosphären, als eine spezifische Potentialität von Räumen. Atmosphären definiert sie als die in der Wahrnehmung realisierte Außenwirkung sozialer Güter und Menschen in ihrem räumlichen Arrangement. Das an sich nicht sichtbare Gebilde Raum – nur die sozialen Güter und deren Platzierungen sind sichtbar – wird über die Atmosphäre als Ganzes stofflich wahrnehmbar (vgl. ebd.: 204ff). In der Definition von Atmosphären zeigen sich einige Ähnlichkeiten mit dem Imagebegriff. So wie Löw das Entstehen von Atmosphären auf die beiden Faktoren Außenwirkung und Wahrnehmungsaktivität zurückführt, ist analog dazu bei Kleining (1961) das Image Ergebnis des vom Objekt ausgehenden Reizes sowie der personellen Verarbeitung. Auch die „ganzheitliche“ Wahrnehmung von Raum über Atmosphären, wie sie Löw erörtert, kommt dem Aspekt der Ganzheitlichkeit im Image – dass also Teilqualitäten oder Details als Gesamtes wahrgenommen werden (vgl. Zimmermann 1995: 52) – sehr nahe.

Inwieweit sind migrantische UnternehmerInnen aber selbst Bestandteil oder Träger des (Außen-)Images eines Stadtteiles bzw. wie sehr beeinflussen sie dieses? So wie die Materialität eines Raumes in der Materialität der sozialen Güter und Menschen liegt (vgl. Löw 2001), entsteht auch das Image eines Raumes aus der Symbolik der raumkonstituierenden Elemente. Läßle (vgl. 1991: 196) bezeichnet in diesem Sinne die physisch-materiellen Artefakte als Symbol- und Zeichenträger. Diese symbolische Bedeutung sieht Werlen (vgl. 2008: 277) jedoch nicht als wesensimmanent, sondern zugeschrieben. Auch Ipsen (vgl. 1986: 928) betont, dass Raumbilder nicht „einfach da“, sondern sozial bestimmt sind. Zumindest zu Beginn sieht er soziale Gruppen als Träger eines Raumbildes.

Wie wirken sich Images auf den Raum und auf die dort lebenden Personen aus? Was Ipsen für den Begriff des Raumbildes feststellt, kann ebenso auf den Begriff des Raumimages, wie er in dieser Arbeit verstanden wird, übertragen werden: zwischen „Raumentwicklung und Raumbild“ oder eben Stadtteilentwicklung und Image gibt es eine wechselseitige Beeinflussung. Das Bild – bei Ipsen das Raumbild, hier im Sinne von Image – kann als Beschleuniger, aber auch retardierend wirken. Es ist *eine* der Bedingungen von Entwicklung und zugleich auch Folge davon (vgl. Ipsen 1986: 922). Dass Raumbilder die Regional- oder Stadtentwicklung beeinflussen und Images die Funktion besitzen, Räume mit Werten zu assoziieren oder ihnen eine andere Verpackung zu geben (vgl. ebd.: 926), wird häufig in den Strategien des Stadtmarketings aufgegriffen. Images werden bewusst hergestellt. Gerade vor dem Hintergrund des Städtewettbewerbs um Unternehmen und Arbeitskräfte, in welchem weichen Standortfaktoren<sup>32</sup> verstärkt Bedeutung beigemessen wird, wird Image als weicher Standortfaktor aufgefasst und als Instrument zur Stadt(teil)auf- oder -umwertung eingesetzt (vgl. Zimmermann 1975: 21f; Grabow et.al. 1995: 13).

Das Außenimage eines Stadtteils kann zudem auch Auswirkungen auf die Selbstwahrnehmung der vor Ort lebenden oder arbeitenden Menschen haben, was wiederum Einfluss auf deren Handlungsperspektiven hat. So stellt Kronauer (2004: 47) für die Wirkung eines negativen Images fest, dass „das Stigma, mit dem ein Quartier in der Außenwahrnehmung belegt ist, sich an dessen Bewohner heftet. Die Adresse wird zum Zeichen einer zugeschriebenen Identität, eines Makels dem man sich kaum entziehen kann (...) die Außensicht wirkt überdies auf die Selbstwahrnehmung der Bewohner und ihre gegenseitige Wahrnehmung zurück“.

Zusammenfassend wird in dieser Arbeit unter einem raumbezogenen Image das individuelle oder kollektive Vorstellungsbild verstanden, welches im Wahrnehmungsprozess entsteht und durch direkte Erfahrung oder indirekte Information geprägt und mit Emotionen und Wertungen belegt ist. Je nachdem, ob es sich um das Vorstellungsbild der im Stadtteil – durch den Wohnsitz oder Arbeitsplatz – Ansässigen handelt oder um jenes „außenstehender“ Personen, wird vom Binnenimage oder Außenimage gesprochen bzw. dem Image in der Binnen- oder Außenperspektive. Stadt- oder stadtteilbezogene Images entstehen nicht nur aus der eigenen Wahrnehmungsaktivität, sondern werden häufig bewusst durch Institutionen des Stadtmarketings oder der Stadtentwicklungsplanung geschaffen, da sie als weicher Standortfaktor Einfluss auf die räumliche Entwicklung nehmen können.

## 5.2 Eine räumliche Perspektive in der empirischen Analyse

Die Relevanz des räumlichen Kontextes und einer räumlichen Perspektive in der empirischen Analyse des Wechselverhältnisses von Stadtteilentwicklung und Migrant\*innenökonomien lässt sich – wie schon in den diesbezüglichen Kapiteln dargestellt – aus dem sozial- und wirtschaftswissenschaftlichen Diskurs zum Themenfeld Lokale Ökonomie als auch zum Forschungsfeld Migrant\*innenökonomie ableiten.

In Diskussionen um Lokale Ökonomie oder Stadtteilbetriebe wird die Bedeutung des Ortes oder des Stadtteils als lokale räumliche Bezugspunkte von vielen AutorInnen hervorgehoben. Birkhölzer (vgl. 2000: 16) sieht es als Aufgabe der Lokalen Ökonomie als Wissenschaft, die Dynamik von Orten zu erfassen und in ihren Auswirkungen

---

<sup>32</sup> Als weiche Standortfaktoren definieren Grabow et.al. (vgl. 1995: 64f) schwer quantifizierbare Faktoren, die im Regelfall nicht durch Fakten sondern durch subjektive Einschätzungen eruiert werden. Eine klare Abgrenzung oder Zweiteilung zwischen „harten“ und „weichen“ Standortfaktoren ist oftmals jedoch nicht möglich.

zu beschreiben. Weck (vgl. 2005: 180) betont die strukturierende Wirkung von Raum und sieht ihn als Ausgangspunkt für die zukünftige Entwicklung. Angelehnt an Danielzyk (1998) fasst sie damit einen Stadtteil nicht als neutralen, materiellen Untersuchungsgegenstand, sondern als sozial-kulturelle Konstruktion im Sinne einer historisch spezifischen Kombination kultureller, sozialer, ökonomischer und anderer Faktoren auf. In Hinblick auf stadtentwicklungspolitische Strategien fordert sie, dass sich „Ansätze zur ökonomischen Entwicklung (...) der unterschiedlichen Komponenten, aus denen sich der Stadtteil verstehen und deuten lässt, bewusst sein (müssen, C.A.): der sichtbaren räumlichen Ausprägung, der spezifisch lokalen Nutzungs- und Reproduktionsformen, der institutionalisierten Normen und der bestehenden Wahrnehmungsmuster“ (Weck 2005: 181). Aufgrund der lokalen Einbettung sieht Läßle (vgl. 2013: 135) Stadtteilbetriebe stärker als andere Wirtschaftsbereiche an den Stadtteil gebunden. Dieser kann, so Läßle, daher nicht als neutraler Standort, sondern muss als Wirkungsfeld, welches Chancen und Hindernisse bereit hält, betrachtet werden.

Für jenen Teil der Migrantenökonomie, der zu den Stadtteilbetrieben zu zählen ist, kann demnach der Stadtteil als Wirkungsgröße nicht vernachlässigt werden. Damit wird ebenso dem im Forschungsfeld von Migrantenökonomien festgestellten Defizit der Berücksichtigung des räumlichen Kontextes auf das unternehmerische Handeln von MigrantInnen Rechnung getragen. Während sich ein Großteil von Forschungsarbeiten bisher mit kulturellen oder strukturell-ökonomischen Einflussfaktoren auf die unternehmerische Selbstständigkeit von MigrantInnen beschäftigte und Unterschiede zwischen verschiedenen ethnischen Gruppen zu erklären versuchte, soll eine Betrachtung räumlicher Einflussfaktoren Unterschiede zwischen Stadtteilen in Bezug auf Möglichkeiten und Hemmnisse der unternehmerischen Aktivität ersichtlich machen (vgl. Rekers/Van Kempen 2000: 55f; Fischer-Kraphol 2007: 214f).

Doch welche räumliche Betrachtungsweise ist geeignet, um den Einfluss von Migrantenökonomien auf die Stadtteilentwicklung als auch dem Einfluss des Stadtteils auf die Handlungsperspektiven von Migrantenökonomien nachzugehen?

### **5.2.1 Der Stadtteil als gesellschaftlicher Raum in der empirischen Analyse**

Bei der Vielfalt an Raumvorstellungen gilt es, für die jeweilige Fragestellung jene mit dem größten Erklärungsgehalt zu wählen: „Verschiedene Raumbegriffe bieten unterschiedliche Operationalisierungen von Problemen an (...) Begriffe sind nicht falsch oder richtig, sondern die Kriterien für die Beurteilung müssen der Erklärungsnutzen für empirisch beobachtbare Phänomene und die theoretische Konsistenz der Begriffsbildung sein“ (Löw 2001: 15).

Aus den Raumkonzepten von Martina Löw (2001) und Dieter Läßle (1991; 1992) ergeben sich verschiedene Anknüpfungspunkte für die empirische Analyse. Sie stellen damit die Basis für die, dieser Arbeit zugrunde liegenden, Raumvorstellung dar. Während Läßle durch die Konzeptualisierung eines Matrix-Raumes, der sich auf die raumstrukturierenden Tendenzen gesellschaftlicher Verhältnisse bezieht, Raum aus seinem gesellschaftlichen Entwicklungszusammenhang heraus erklären will, betont Löw das Wechselverhältnis zwischen räumlichen Strukturen – den in Institutionen verankerten Regeln und Ressourcen – und Handeln.

Zusammenfassend wird in dieser Arbeit von einem durch gesellschaftliche Verhältnisse geprägten Raum sowie im Handeln der Menschen (re-)produzierten Raum ausgegangen. Raum ist nichts apriori Vorhandenes, Raum entsteht durch die gesellschaftliche Praxis des Positionierens und Verknüpfens von sozialen Gütern und Menschen. Die Materialität des Raumes ergibt sich aus der Materialität der sozialen Güter und Menschen, welche die physisch-materielle Struktur bilden. Raum ist jedoch nicht nur ein Produkt individueller Syntheseleistung: in Form „institutionalisierter“ Räume kann er über das eigene Handeln hinaus bestehen bleiben und zur Objektivierung werden.

Raum wird primär nicht zur territorialen Abgrenzung, sondern als Wirkungsfeld auf Handeln wahrgenommen. Dass zwischen Raum und Handeln jedoch keine linearen, einseitigen Beziehungen bestehen, sondern ein Wechselverhältnis zwischen raum- und handlungsstrukturierenden Wirkungen besteht, ist Grundannahme dieser

Arbeit, die das Wechselverhältnis zwischen einem Stadtteil und der unternehmerischen Aktivität von Personen mit Migrationshintergrund beleuchtet. Aufgrund der Schwierigkeit der Konzeptualisierung dieser „Verschränkung“ in der Forschung, ist sie für die Analyse aufzulösen. „Die Erforschung der handlungsstrukturierenden bzw. raumstrukturierenden Wirkungen setzt daher eine analytische Trennung voraus, um Hypothesen und Befunde über die Wechselbeziehungen bilden zu können.“ (Holzinger 2007: 65). Angelpunkt dieses Wechselverhältnisses von Raum und gesellschaftlicher Praxis sind räumliche Strukturen, die raumkonstituierendes Handeln – in Form des Spacings und der Synthese – ermöglichen, welches dann diese Strukturen wieder reproduziert (vgl. Löw 2001: 170).

Wenn Raum als gesellschaftlich produziert aufgefasst wird und die Konstitutionsaspekte von Raum benannt werden, können Anknüpfungspunkte ausfindig gemacht werden, an denen die Planung ansetzen kann, um Raum und damit den räumlichen Einfluss mitzugestalten. Läßle benennt die konstitutiven Dimensionen eines gesellschaftlichen Raumes, auf Basis derer relevante Aspekte, die als potentielle räumliche Einflussfaktoren auf die Handlungsperspektiven von migrantischen UnternehmerInnen wahrgenommen werden, analysiert werden. Raum wird damit als Planungsobjekt sichtbar gemacht, da die verschiedenen Dimensionen ebenso Einflüssebenen der Stadt(teil)planung sein können.

## 5.2.2 Die Lokalisierung des Raumes – zur Festlegung des Stadtteils als Analyseebene

Ausgehend von der Annahme, dass der Stadtteil für Migrant\*innenökonomien als Stadtteilbetriebe eine wichtige Rolle spielt und damit von ihnen als (Einfluss-)Raum wahrgenommen wird, ist die Stadtteilebene *Ausgangspunkt* der Festlegung der Untersuchungsgebiete für die empirische Analyse. Trotz der Auffassung, dass Raum von verschiedenen Personen oder Teilgruppen unterschiedlich konstituiert und abgegrenzt wird, wird zur Komplexitätsreduktion im Vorhinein der Stadtteil im Sinne eines lokalisierten Raumes (siehe dazu Löw 2001: 189) als *Untersuchungsebene* festgelegt. Löw merkt diesbezüglich an, dass bei empirischen Untersuchungen, in denen ein Stadtteil als Raum konstituiert wird, ohne zu wissen, ob die untersuchte Gruppe diesen Raum in den gleichen Grenzen wahrnimmt, zur Unterstellung eines Raumes führe, der das Handeln aller gleichermaßen vorstrukturiere. Gleichzeitig räumt sie aber ein, dass „(...) eine solche Festlegung für eine Studie sinnvoll sein (kann; C.A.), wenn zur Komplexitätsreduktion ein Aspekt der Konstitution herausgegriffen wird“ (ebd.: 64). Als Voraussetzung dafür setzt sie jedoch das Wissen um die verschiedenen Ebenen der (Re)Produktion von Raum voraus.

Die Auswahl der Untersuchungsgebiete erfolgt damit nicht einfach in Rückgriff auf eine territorial definierte Zone, sondern orientiert sich primär an dem *konzentrierten Auftreten von Migrant\*innenökonomien* in einem Stadtgebiet. Diese Konzentration führt zu einer stärkeren Sichtbarkeit im Stadtbild und wird innerhalb der materiell-physischen Struktur als ein Aspekt der Konstitution dieses Raumes aufgefasst. Darüber hinaus werden im Rahmen der qualitativen Interviews unterschiedliche Raumwahrnehmungen erschlossen.

Die Festlegung von genauen Raumgrenzen ist zunächst nicht von Bedeutung. Vielmehr wird der Stadtteil als lokale Umgebung denn als strikter territorialer Rahmen betrachtet. Er stellt die Bezugsebene für die Erfassung der verschiedenen den Raum prägenden Komponenten dar. Wichtiger als die exakte Abgrenzung dieses „Raumes“ ist die inhaltliche Erfassung der verschiedenen konstitutiven Komponenten, um damit seine Funktion als Wirkungsgröße analysieren zu können (siehe Kap. 5.2.3).

Für die Analyse bestimmter raumprägender Aspekte der Untersuchungsgebiete ist jedoch die Orientierung an administrativen Räumen bzw. Grenzen notwendig. Beispielsweise werden statistische Daten zur Bevölkerungsstruktur auf vorgegebenen räumlichen Einheiten (Baublock, Zählbezirk) erhoben und bereitgestellt. Im Sinne Schroers (vgl. 2006: 175) behält damit auch der Behälterraum als Raumkonzept für verschiedene Fragestellungen und Funktionen, wie etwa zur Erfassung statistischer Daten, seine Berechtigung. Daher werden für

die Analyse letztendlich Grenzen der räumlichen Bezugsfläche festgelegt. Diese Grenzen sind jedoch in den verschiedenen Dimensionen nicht zwangsläufig deckungsgleich.<sup>33</sup>

Den Stadtteil als Analyseebene wahrzunehmen, erklärt sich schließlich daraus, dass durch eine stadtteil- oder quartiersbezogen differenzierte Sicht auf Migrantenökonomien die Unterstützung von unternehmerisch selbstständigen MigrantInnen und die Aktivierung bisher ungenutzter Potentiale durch lokale Handlungsansätze, mit Anknüpfungspunkten in verschiedenen räumlichen Dimensionen, zielgenauer ausgerichtet werden kann.

### **5.2.3 Empirische und analytische Erfassung des Stadtteils in seinen raumkonstituierenden Komponenten**

Da Raum nicht einfach als existent, sondern als gesellschaftlich produziert wahrgenommen wird, ist eine analytische Erfassung und Rekonstruktion des Raumes erforderlich. Durch die inhaltliche Bestimmung von Raum durch verschiedene raumkonstituierende Faktoren kann dieser aus dem „gesellschaftlichen Funktions- und Entwicklungszusammenhang seines gesellschaftlichen Inhalts“ (Läpple 1991: 191) erklärt werden. Diese Rekonstruktion und zugleich Charakterisierung des Raumes erfolgt in der empirischen Analyse der ausgewählten Stadtteile anhand der von Läpple aufgestellten Dimensionen. Diese werden in Verbindung zu den für die Analyse relevanten raumkonstitutiven Aspekten, wie sie in Löws Raumkonzept erörtert werden, gesetzt. Anhand der Raumanalyse wird schließlich deutlich, in welchen Dimensionen Quartiereffekte denkbar sind (vgl. Gestring/Janßen 2014: 167). Damit wird die Basis dafür geschaffen, um die in den qualitativen Interviews erhobenen Informationen bezüglich der Frage, welche räumlichen Faktoren Einfluss auf die Perspektiven und das Handeln der migrantischen UnternehmerInnen haben, in die verschiedenen Dimensionen einzuordnen, was wiederum Ausgangspunkt für Handlungsansätze der Stadt(teil)planung ist. Im Folgenden werden die einzelnen Faktoren der jeweiligen Raumkomponenten, die im Rahmen der Analyse der Untersuchungsgebiete erhoben werden, angeführt<sup>34</sup>:

#### **Die materielle Raumdimension: das materiell-physische Substrat**

Diese Dimension umfasst das materielle Erscheinungsbild gesellschaftlicher Verhältnisse. Aufgrund der sichtbaren Ausprägung bezeichnet Läpple das materiell-physische Substrat als die Raumstruktur. Nach Löws Raumbegriff, demzufolge die Materialität des Raumes in der Materialität der sozialen Güter und Menschen liegt, bezieht sich diese Komponente auf die sozialen Güter und Menschen. Einerseits bezieht sich diese Dimension somit auf die von Menschen geschaffene materielle Ausstattung (vgl. Gestring/Janßen 2014: 161), andererseits aber ebenso auf die Menschen, die Teil des Raumes sind. Dementsprechend werden in dieser Raumkomponente baulich-räumliche, wirtschafts- und sozialstrukturelle Aspekte der Stadtteile analysiert. Für die Analyse der baulich-räumlichen Elemente wird auf vorhandene Dokumente und Studien zurückgegriffen. Anhand einer Sekundäranalyse statistischer Daten wird die Wohnbevölkerung der Untersuchungsgebiete charakterisiert. Durch Beobachtungen vor Ort und anhand der Interviews werden ergänzend Einschätzungen zu weiteren NutzerInnengruppen, die womöglich nicht im Stadtteil wohnen, gemacht.

---

<sup>33</sup> Beispielsweise kann das räumliche Image an einer Straße, einem Stadtteil oder auch einem Bezirk verhaftet sein. Auch wird es vermutlich nicht genau für jenen abgegrenzten Bereich, der für die Analyse statistischer Daten herangezogen wird, feststellbar sein.

<sup>34</sup> Gestring/Janßen, die eine solche Orientierung an den Dimensionen eines gesellschaftlichen Raumes für Sozialraumanalysen fordern, sprechen dabei auch von der materiellen, sozialen, politischen und symbolischen Dimension (vgl. Gestring/Janßen 2014: 161).

Baulich-räumlich

Lage der Stadtteile im Stadtgebiet
Verkehrsinfrastruktur/Anbindung
Bausubstanz & Straßenraum
Wirtschaftsstruktur & Migrantenökonomie

Sozialstruktur

Soziodemographisch	Alter Nationalität bzw. Migrationshintergrund
Sozioökonomisch	Arbeitslosenquote Einkommen Bildung

Tab. 4: Analyseaspekte der materiellen Raumdimension (eigene Darstellung)

### Die soziale Raumdimension: gesellschaftliche Interaktions- und Handlungsstrukturen

Im Mittelpunkt dieser Komponente steht die gesellschaftliche Praxis der mit der Produktion, der Nutzung und der Aneignung von Raum befassten Menschen (vgl. Läßle 1991: 196f). Der Blick wird somit auf die lokale Interaktionsstruktur gerichtet, welche das Zusammenleben im Stadtteil bzw. das soziale Klima sowie Kommunikationsprozesse umfasst. Leitende Fragen der Analyse sind: wie interagieren die Menschen im Stadtteil? Welche Institutionen beeinflussen das Zusammenleben im Stadtteil? Diese werden anhand der ExpertInneninterviews als auch über Literatur- und Internetrecherche zu Institutionen vor Ort erschlossen.

Soziales Klima, Zusammenleben
Institutionen, die Interaktionsstrukturen schaffen, mit deren Zielvorstellungen

Tab. 5: Analyseaspekte der sozialen Raumdimension (eigene Darstellung)

### Die regulative Raumdimension: das institutionalisierte und normative Regulationssystem

Diese Komponente umfasst die institutionalisierten Regelungen, die den Umgang mit dem materiellen Substrat lenken bzw. „regeln wie und durch wen Raum hergestellt und genutzt wird“ (Gestring/Janßen 2014: 161). Die Verbindung von materiellem Substrat und Handeln wird hier am deutlichsten. Insofern sich diese Regelungen explizit auf die Produktion oder die Nutzung von Raum beziehen, wie etwa Planungsstrategien, können sie als räumliche Strukturen, wie sie Löw auffasst (vgl. Löw 2001: 171), charakterisiert werden, da sie maßgeblich die Konstitution von Raum prägen. Aber auch Regelungen, wie etwa das Gewerberecht, welches primär als rechtliche Struktur aufgefasst wird, beeinflusst den Raum.<sup>35</sup> So konstatiert auch Löw (vgl. 2001: 172), dass die Konstitution von Räumen nicht nur durch räumliche, sondern eben auch durch andere gesellschaftliche Strukturen – rechtliche, politische, ökonomische, etc. – beeinflusst ist. Deren Abgrenzung voneinander scheint jedoch manchmal nicht ganz eindeutig. In Hinblick auf die Forschungsfrage werden ebenso die für das Handeln migrantischer UnternehmerInnen relevanten Institutionen<sup>36</sup> bzw. relevante Institutionen, die durch ihre Regeln und Ressourcen den Stadtteil beeinflussen, beleuchtet. Auch solche können als räumliche Strukturen im Sinne Löws aufgefasst werden. In einem engeren Verständnis werden hier jedoch nur Institutionen, die als organisierte Einrichtungen in Erscheinung treten, betrachtet und nicht etwa gesellschaftlich vorarrangierte Muster (vgl. ebd.: 169).

In empirischen Teil der Arbeit wird der Blick zunächst auf rechtliche Rahmenbedingungen, die mögliche Auswirkungen auf das unternehmerische Handeln von Personen mit Migrationshintergrund haben, gerichtet. Da

<sup>35</sup> Dieser räumliche Niederschlag rechtlicher Strukturen wird beispielsweise in der Ausprägung der Wiener Märkte deutlich, die heute konzentrierte Standorte ausländischer Selbstständiger darstellen (siehe dazu Kap. 6.2).

<sup>36</sup> Als relevant werden sie angesehen, wenn sie entweder Handlungschancen oder Handlungsbeschränkungen schaffen.

diese entsprechend der Kompetenzverteilung auf Bundes-, Landes- oder Stadtebene liegen, werden sie der Analyse der einzelnen Stadtteile vorangestellt (Kap. 6.3 u. 6.4). Ebenso werden die Integrationspolitik Wiens sowie die auf Stadtebene agierenden Institutionen, welche von Relevanz für UnternehmerInnen mit Migrationshintergrund sind, in den Fokus genommen. Schließlich werden im Rahmen der Analyse der einzelnen Stadtteile die Gebietsbetreuungen als lokale Institutionen der Stadtteilentwicklung als auch lokale stadtteilplanerische Strategien und Programme näher betrachtet.

Rechtliche Rahmenbedingungen
Integrationspolitik Wien
Institutionelle Rahmenbedingungen Wien
Instrumente der Stadtentwicklung
Lokale Planungsstrategien/Programme
Gebietsbetreuung Stadterneuerung

Tab. 6: Analyseaspekte der regulativen Raumdimension (eigene Darstellung)

### Die symbolische Dimension: das Zeichen-, Symbol- und Repräsentationssystem

Wie oben dargelegt, wird Raum über die Raumwahrnehmung im Prozess der Synthese mitunter unterschiedlich konstituiert. Während in den vorherigen Dimensionen der Stadtteil als Raum quasi objektiv rekonstruiert wird, wird in dieser Komponente schließlich den unterschiedlichen, subjektiven Raumwahrnehmungen Rechnung getragen. In der symbolischen Dimension wird damit dem subjektiven oder kollektiven Vorstellungsbildern – dem Image – eines Stadtteils nachgegangen. Da Raumwahrnehmung unter anderem durch den Standort der synthetisierenden Menschen beeinflusst ist (vgl. Löw 2001: 202), wird nach dem Image wie es in der Außen- als auch in der Binnenperspektive vorherrscht, gefragt. Das Image eines Stadtteils in der Außenperspektive wird über die inhaltsanalytische Auswertung von Zeitungsartikeln und durch ExpertInneninterviews in Erfahrung gebracht. Die Raumwahrnehmung in einer Binnenperspektive, wie also die vor Ort Ansässigen – die migrantischen UnternehmerInnen – den sie umgebenden Stadtteil sehen, wird in den qualitativen Interviews mit den UnternehmerInnen vor Ort erfragt.

Image des Stadtteils/Bezirks	Außenperspektive
	Binnenperspektive

Tab. 7: Analyseaspekte der symbolischen Raumdimension (eigene Darstellung)

## 6. STRUKTURELLE RAHMENBEDINGUNGEN DER MIGRANTENÖKONOMIE IN WIEN

Am Anfang dieses Kapitels steht ein kurzer geschichtlicher Abriss über prägnante Einwanderungsphasen nach Wien und Österreich, der nicht zuletzt die Notwendigkeit der Einwanderung illustriert, wie es vor allem in der Gastarbeiteranwerbung deutlich wird, als auch die Hintergründe der heutigen Zusammensetzung der Wiener Bevölkerung aufzeigt (Kap. 6.1). Danach erfolgt ein Überblick über die Struktur und Charakteristik der von MigrantInnen geführten Unternehmen für gesamt Wien auf Basis aktueller datenbasierter Studien (Kap. 6.2).

Rechtliche, politische und institutionelle Rahmenbedingungen bilden den strukturellen Rahmen, der direkt oder indirekt Einfluss auf die Situation und das Handeln von UnternehmerInnen mit Migrationshintergrund in Wien hat. Von Kloosterman und Rath (2001) wird dieser Kontext auch als „institutionell embeddednes“ bezeichnet. Im Analyseschema der räumlichen Dimensionen, wie sie von Läßle (1991) abgeleitet wurden, sind sie dem „institutionalisierten und normativen Regulationssystem“ zuzuordnen.

### 6.1 Einwanderungsstadt Wien (ab der Gründerzeit)

Von einem multikulturellen Wien lässt sich erstmals um 1900 sprechen. Im späten 19. und frühen 20. Jahrhundert erfuhr Wien aufgrund großer Zuwanderungswellen ein enormes Bevölkerungswachstum. Meist handelte es sich um

Land-Stadt-Wanderungen aus der agrarischen Peripherie der Österreichisch-Ungarischen Monarchie. Während um 1860 knapp 500.000 Menschen in Wien lebten, waren es 1910 mehr als zwei Millionen. Mehr als ein Viertel (28%) der EinwohnerInnen um 1900 stammten aus Böhmen, Mähren und Schlesien, beinahe ein Zehntel aus dem europäischen Ausland, allen voran Ungarn, Deutschland und Italien. Politisches Leitbild war damals die vollständige Assimilation, wodurch Spuren der Zuwanderung des frühen 20. Jahrhunderts heute meist nur noch in der Wiener Küche oder in Familiennamen vorhanden sind (vgl. Fassmann/Münz 1995: 17ff). Die wirtschaftliche Aufschwungphase um die Jahrhundertwende in Wien wäre ohne die zugewanderten Arbeitskräfte wohl kaum möglich gewesen. Nicht nur die böhmischen Ziegelerbeiter in den Wiener Ziegelwerken, die die Bausubstanz der Wiener Ringstraße schufen, auch viele andere Dienstleistungen waren gefragt, wie John/Lichtblau (1990, nach Hintermann 2009: 220) schildern: „die Bauindustrie lebte von den Ziegelböhm, den Wiener Bürgern und den feinen Herren lieferten ungarische Köchinnen und bukowinische Dienstmädchen die nötige haushalterische Infrastruktur.“ Ebenso wurden mehrere Handwerkssparten wie das Tischler-, Schlosser-, Schneider- und Schustergewerbe durch böhmische und mährische Zuwanderer dominiert, sowie das Wiener Stadtbild von slowakischen Hausierern, die allerlei Waren feil boten, und wandernden Handwerkern geprägt war (vgl. John/Lichtblau: 19f).

Der Zustrom von ArbeitsmigrantInnen aus den Kronländern der Monarchie wurde durch den Ersten Weltkrieg unterbrochen, während allmählich die Zuwanderung aus politischen Gründen zunahm. Vor allem nach Ende des Zweiten Weltkrieges setzte die politisch motivierte Zuwanderung verstärkt ein. In der unmittelbaren Nachkriegszeit, zwischen 1945 und 1950, war Österreich Zielland vieler Flüchtlinge des mittel- und osteuropäischen Raumes. Mehr als eine Million „Volksdeutsche“ und Flüchtlinge aus dem Osten Europas kamen damals nach Österreich, von denen jedoch nur die Hälfte im Land blieb. In den darauf folgenden Jahren war aufgrund seiner geografischen Lage Österreich immer wieder ein wichtiges Land für die Erstaufnahme von Flüchtlingen. 1956/57 waren es 180.000 Menschen aus Ungarn, die in Österreich Asyl suchten. Etwa die Hälfte wurde schließlich von den USA und Kanada aufgenommen, in Österreich blieben nur 18.000 Personen. Ein Jahrzehnt darauf, 1968/69, kamen 162.000 TschechInnen und SlowakInnen, von denen die meisten jedoch in ihre Heimatländer zurück kehrten, etwa 12.000 ließen sich hier nieder. 1981/82 waren es zwischen 120.000 und 150.000 Menschen aus Polen, die nach Österreich flüchteten. Nach dem Zerfall Jugoslawiens kamen 1991/1992 vor allem Flüchtlinge aus Kroatien. Diese kehrten zum Großteil wieder nach Kroatien zurück, während sich von den geflüchteten BosnierInnen ein Großteil in Österreich niederließ (vgl. Fassmann/Münz 1995: 34; UNHCR).

Einen bedeutenden Abschnitt der Immigrationsgeschichte Wiens und Österreichs stellt die gezielte Anwerbung ausländischer Arbeitskräfte dar, welche aufgrund des Arbeitskräftemangels in den 1960er Jahren einsetzte. Das erste Anwerbeabkommen schloss Österreich 1962 mit Spanien, welches jedoch in der Realität bedeutungslos blieb. Weitere Anwerbeverträge wurden 1964 mit der Türkei und 1966 mit dem damaligen Jugoslawien geschlossen und Anwerbebüros vor Ort in Istanbul, Zagreb und Sarajevo eingerichtet (vgl. Hintermann 2009: 221). Die angeworbenen Arbeitskräfte sollten nach einem befristeten Arbeitsaufenthalt wieder in ihre Herkunftsländer zurückkehren. Dieses von der Politik angedachte „Rotationsprinzip“ war jedoch weder im „Interesse der Wirtschaft, die einmal angelernte Arbeitskräfte nicht wieder verlieren wollte, noch war es ein praktikables Lebensmodell für die Migranten selbst.“ (ebd.: 221). Somit traten immer mehr angeworbene MigrantInnen in langfristige Beschäftigungsverhältnisse ein und holten ihre Familienangehörigen nach, um ihren Lebensmittelpunkt nach Österreich zu verlagern. Aus der staatlich geregelten Anwerbung entwickelte sich bald ein selbsttragendes Migrationssystem: um bürokratischen Aufwand zu vermeiden, rekrutierten die UnternehmerInnen selbst mit Hilfe ihrer ausländischen Arbeitskräfte, die Verwandte und Bekannte vermittelten. Durch die ökonomische Stagnation in Österreich kam es 1973 zu einem Anwerbestopp, gefolgt von zahlreichen Aberkennungen von Arbeits- und damit Aufenthaltsgenehmigungen ausländischer Beschäftigter. Dies führte jedoch weniger zu einem Rückgang der Zuwanderung, sondern zu einem verstärkten Familiennachzug und Anstieg der ausländischen Wohnbevölkerung, da sich die MigrantInnen nun zwischen Rückkehr und Niederlassung in Österreich entscheiden mussten (vgl. Perchinig 2010: 7).

Während schließlich ein Jahrzehnt lang die Zuwanderung allgemein stagnierte, kam es Ende der 1980er Jahre zu einem erneuten Anstieg, was auf den Fall des Eisernen Vorhangs und einer kurzfristig steigenden Arbeitskräftenachfrage zurückzuführen ist. Die Zahl ausländischer StaatsbürgerInnen in Wien wuchs zwischen 1984 und 1993 von 114.000 auf 252.000 an (vgl. Hintermann 2009: 222).

### Heutige Zusammensetzung der Wiener Bevölkerung

Im Jahr 2011 lebten in Wien 1.714.227 Menschen, von denen 30,6% im Ausland geboren wurden und 21% eine andere als die österreichische Staatsbürgerschaft besitzen. Etwa ein Drittel der ausländischen StaatsbürgerInnen kommt aus einem anderen EU-Mitgliedsstaat, zwei Drittel sind Staatsangehörige eines Drittstaates<sup>37</sup> (vgl. Statistik Austria 2011).



Abb. 2: Zusammensetzung der Wiener Bevölkerung nach Staatsbürgerschaft, in % (Quelle: Statistik Austria, 2011)

Der Anteil von Personen mit Migrationshintergrund, wie sie die Stadt Wien aus einer Kombination der Merkmale Geburtsland und Staatsbürgerschaft identifiziert, an der Wiener Wohnbevölkerung liegt bei 36% (vgl. Stadt Wien - MA 23 2014).

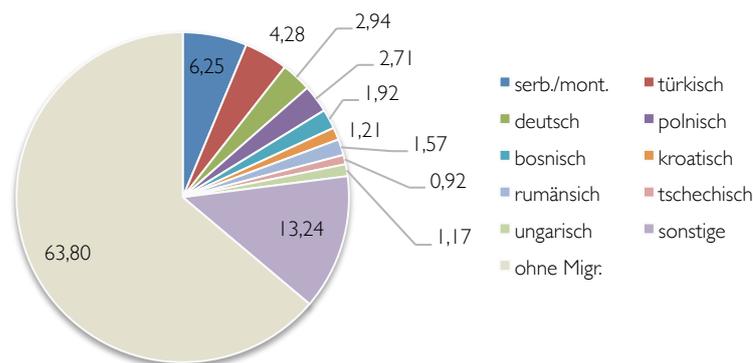


Abb. 3: Zusammensetzung der Wiener Bevölkerung nach Herkunft in %, Stand 2014 (Quelle MA 23, 2014)

Die Herkunftsländer der im Ausland geborenen WienerInnen bzw. der in Wien lebenden Personen mit ausländischer Staatsbürgerschaft liegen vorwiegend im mittel-, südost- und osteuropäischen Raum. Sowohl in Bezug auf die Staatsbürgerschaft als auch auf das Geburtsland stellen Serbien und Montenegro im Jahr 2011 die am stärksten vertretenen Herkunftsländer dar, gefolgt von der Türkei und Deutschland. Weitere häufige Herkunftsländer sind Polen, Bosnien und Herzegowina, Kroatien und Rumänien.

<sup>37</sup> Da sich die Daten noch auf die Zeit vor dem Beitritt Kroatiens zur EU beziehen, werden kroatische StaatsbürgerInnen in diesen Statistiken den Drittstaaten zugerechnet.

Im Integrationsmonitor der Magistratsabteilung 17 wird die Definition von Personen mit Migrationshintergrund auf die zweite Generation ausgeweitet. Nach dieser Definition haben 49% der WienerInnen Migrationshintergrund (vgl. Stadt Wien MA - 17 2011: 10).<sup>38</sup>



Abb. 4: Wiener Bevölkerung nach Art des Migrationshintergrundes in % (Quelle Stadt Wien – MA 17 2011: 11)

In Hinblick auf Neuzuzüge wanderten im Jahr 2010 in etwa gleich viele EU-StaatsbürgerInnen (21.800) wie Drittstaatsangehörige (19.300) zu. Betrachtet man das Außenwanderungssaldo (= Zuzüge abzüglich Wegzüge) ist der Zuwachs bei deutschen StaatsbürgerInnen (+2287) am höchsten. Aus den EU-Ländern folgen dann Rumänien (+1944), Bulgarien (+936) und Polen (+820). Unter den Drittstaaten ist der Zuwachs bei Personen aus Serbien und Montenegro (+1753) und der Türkei (+969) am stärksten (vgl. ebd.: 14).

#### Räumliche Verteilung der Zuwanderer einst und jetzt

Im 19. Jahrhundert war im heutigen 10. Wiener Gemeindebezirk die Konzentration der tschechisch-sprachigen Wohnbevölkerung am höchsten. Grund dafür war die Nähe zu den Tongruben und Ziegelbrennereien, in denen viele ArbeiterInnen aus Böhmen, Mähren und der Slowakei Beschäftigung fanden. Ebenso siedelten sich für den Bau des Arsenalts viele SlowakInnen – umgangssprachlich auch als „Growoden“ bezeichnet – in Favoriten in den sogenannten „Growodndeafn“ an. Im Jahr 1900 wohnte eine Viertel der in Wien lebenden TschechInnen in Favoriten, 12% in Brigittenau/Leopoldstadt und 11% in Ottakring, wo sich ebenfalls ein Ziegelwerk befand. Während die meisten der in Industrie und Gewerbe beschäftigten Zuwanderer sich in diesen Industrie- und Arbeiterbezirken ansiedelten, wohnte ein großer Teil weiblicher tschechisch-sprachiger Zuwanderer auch in den inneren Bezirken, wo diese als Dienstmädchen, Köchinnen oder Ammen angestellt waren.

Die Kleinwohnungen der ehemaligen Arbeiterbezirke wurden schließlich zu den Wohnorten der vor allem aus dem ehemaligen Jugoslawien und der Türkei kommenden ArbeitsmigrantInnen, den sogenannten GastarbeiterInnen. Diese Kontinuität der Konzentration von ArbeitsmigrantInnen auf bestimmte Stadtteile trifft insbesondere auf den 10. und 16. Wiener Gemeindebezirk zu (vgl. John/Lichtblau 1990: 137-149).

Während in der Frühphase der Gastarbeitermigration der 1960er Jahre durch die Bereitstellung von Wohnheimen und betriebseigenen Gemeinschaftsunterkünften die Wohnsegregation dieser Gruppe sehr ausgeprägt war, schwächte sich diese in den 1970er Jahren durch den Bezug privater Mietwohnungen stark ab. Aufgrund des meist geringen Haushaltseinkommens der ArbeitsmigrantInnen waren dies überwiegend die kostengünstigen gründerzeitlichen Klein- und Substandardwohnungen. Die anfangs noch über die gesamte gründerzeitliche Stadt verteilten Substandardwohnungen wurden ab den 1980er Jahren allmählich durch Sanierungsmaßnahmen reduziert, wodurch auch der für viele Zuwanderer verfügbare Wohnungsmarkt eingengt wurde. Auch die Liberalisierung des

<sup>38</sup> Während die Statistik Austria als Personen mit Migrationshintergrund jene Personen bezeichnet, deren beide Elternteile im Ausland geboren wurden, erweitert die MA 17 der Stadt Wien diese Definition des Migrationshintergrundes auf jene Personen, bei denen mindestens ein Elternteil außerhalb Österreichs geboren wurde. Auch der Integrationsmonitor 2011 bezieht sich auf diese Definition der Stadt Wien (vgl. Stadt Wien – MA 17 2011: 12).

Mietrechts 1994 führte infolge der zunehmenden Verdrängung ausländischer Wohnbevölkerung aus bestimmten Wohngegenden zu einer Verstärkung der räumlichen Segregation: durch die Mietrechtsreform wurde die Lage der Wohnungen zu einem entscheidenden Einflussfaktor auf die Mietpreisbildung, wodurch ökonomisch schwächer gestellte Haushalte zunehmend in unattraktive Wohnlagen gedrängt wurden (vgl. Kohlbacher/Reeger 2002: 186f). Eine Ausweitung des Wohnungsmarktes für MigrantInnen vollzog sich im Jahr 2006, seitdem der kommunale Wohnbau nicht mehr an die österreichische Staatsbürgerschaft gebunden ist, sondern auch „langfristig aufenthaltsberechtigten“ ausländischen StaatsbürgerInnen offen steht (vgl. Hintermann 2009: 227). Im Vergleich zu den ökonomisch schwächer gestellten Zuwanderern verteilen sich die kapitalkräftigeren „ElitemigrantInnen“ gleichmäßiger über das gesamte Wiener Stadtgebiet. Durch die stärkere Nachfrage an Wohnraum in Nobelbezirken oder Einfamilienhäusern am Stadtrand weisen jedoch auch sie gewisse Segregationstendenzen auf.

Die residentielle Segregation bestimmter Zuwanderergruppen lässt sich primär aus der Exklusion dieser von bestimmten Segmenten des Wohnungsmarktes erklären. Dies zeigt sich in der Konzentration der einkommensschwächeren Zuwanderer in benachteiligten Stadtquartieren bzw. schlecht ausgestatteten Wohnungen. Allgemein ist festzuhalten, dass zwar räumliche Konzentrationstendenzen der zugewanderten oder ausländischen Bewohnerschaft wahrnehmbar, jedoch nicht vergleichbar mit ethnisch homogenen Nachbarschaften wie etwa in US-amerikanischen Städten sind. Die Konzentration bestimmter ethnischer Gruppen zeigt sich in Wien vor allem auf kleinräumiger Ebene (Baublockebene) (vgl. Kohlbacher/Reeger 2002: 191).

In Stadtteilen mit hohen Anteilen einzelner ethnischer Gruppen in der Wohnbevölkerung wird schließlich auch die Herausbildung und Aufrechterhaltung ethnischer Infrastrukturen erleichtert, sei es durch den nötigen KundInnenstock oder hilfreiche soziale Netzwerke<sup>39</sup> (vgl. Van Kempen/Özuekren 1998 nach Giffinger/Wimmer 2002: 212). So zeigt sich auch in Wien, dass migrantisches Unternehmertum vor allem in jenen Gebieten, welche sich durch höhere Anteile bestimmter Zuwanderergruppen auszeichnen, konzentriert ist.

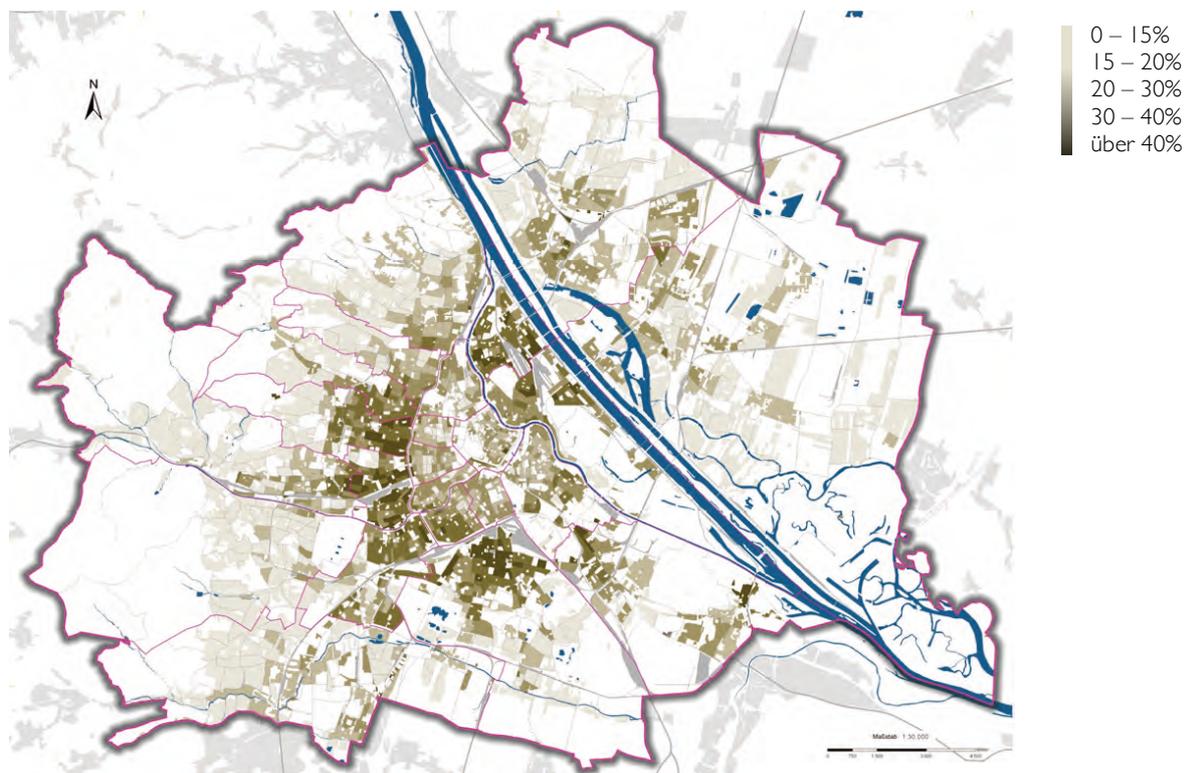


Abb. 5: Anteile der Personen mit Staatsbürgerschaft oder Geburtsland aus einem Drittstaat an der Gesamtbevölkerung des jeweiligen Zählbezirkes

(Quelle: Stadt Wien, MA 18, Kleinräumige Bevölkerungsevidenz 2011, in Stadt Wien MA 17 2012: 166)

<sup>39</sup> Siehe dazu auch Kapitel 2

## 6.2 Struktur und Charakteristik der Migrantenökonomie in Wien

Zur Struktur der Migrantenökonomie in Österreich bzw. Wien gibt es seit dem Jahr 2000, in dem erstmals im Rahmen eines Forschungsprojektes durch Regina Haberfellner (2000) eine umfangreiche Studie am Zentrum für Soziale Innovation erschien, mittlerweile mehrere Publikationen, die von Institutionen wie dem Arbeitsmarktservice Österreich (2006; 2012), Magistratsabteilungen der Stadt Wien sowie der Wirtschaftskammer (2007), der Wirtschaftsagentur Wien (2013) und der Arbeiterkammer Wien (2014) in Auftrag gegeben wurden. Damit wurde der Versuch unternommen, einen Überblick über die Struktur und Charakteristik migrantischen Unternehmertums zu schaffen und deren wirtschaftlichen Stellenwert zu ermitteln. Neben verschiedenen wirtschaftsstrukturellen Merkmalen, wie Branchenverteilung, Beschäftigungsquoten, etc., wurden ebenso Merkmale wie Gründungsmotive oder die Arbeitssituation der Beschäftigten analysiert.

Schwierigkeiten beim Vergleich der Studien ergeben sich aus der teilweise unterschiedlichen Erfassung migrantischer Ökonomie aufgrund voneinander abweichender Definitionen oder der zur Verfügung stehenden bzw. der berücksichtigten Datenquellen. Nimmt man auf die Studien Bezug, gilt es daher zunächst zu fragen, welche Gruppe eigentlich erfasst wird: sind es nur jene Selbstständigen, die eine ausländische Staatsbürgerschaft besitzen oder auch jene, deren Migrationshintergrund sich durch das Geburtsland erschließt? Werden nur jene betrachtet, die selbst zugewandert sind oder auch deren Kinder und Enkelkinder? Und, werden MigrantInnen jeglicher Herkunft oder nur aus bestimmten Herkunftsländern in die Analysen miteinbezogen (vgl. Schmatz/Wetzel 2014: 25)? Neben diesen definitorischen Unterschieden ergeben sich darüber hinaus mitunter Divergenzen durch den Bezug unterschiedlicher Datenquellen und die Beschränkungen, die damit verbunden sind. Während in Österreich bzw. Wien Daten zur unternehmerischen Selbstständigkeit von MigrantInnen anfangs aus den Erhebungen der Volkszählungen bezogen wurden, stellen aktuell die Amtliche Erwerbsstatistik als auch die Mitgliederdatenbank der Wiener Wirtschaftskammer wichtige Datenquellen dar. Die Daten sind jedoch von unterschiedlicher Qualität. Während in der Amtlichen Erwerbsstatistik das Geburtsland der UnternehmerInnen erfasst wird, wodurch auch UnternehmerInnen mit Migrationshintergrund, die mittlerweile die österreichische Staatsbürgerschaft haben, ausgewiesen werden, ist in der Datenbank der Wirtschaftskammer Wien nur die Staatsbürgerschaft ersichtlich, wodurch eingebürgerte Selbstständige mit Migrationshintergrund nicht erkennbar sind. Beiden Datenquellen ist gemein, dass sie lediglich Aussagen zur unternehmerischen Selbstständigkeit der 1. Zuwanderergeneration erlauben, da Informationen über das Geburtsland der Eltern der UnternehmerInnen nicht vorliegen.

Für einen Überblick über Struktur und Charakteristik der Migrantenökonomie in Wien wird im Folgenden primär die Studie der Arbeiterkammer Wien von Schmatz und Wetzel (2014) als Informationsquelle herangezogen.<sup>40</sup> Einerseits liefert sie die aktuellsten Zahlen, andererseits entspricht ihre Abgrenzung von migrantischem Unternehmertum jener, wie sie der vorliegenden Arbeit zugrunde liegt.<sup>41</sup> Die Sammelbezeichnung Migrantenökonomie wird auf selbstständigen UnternehmerInnen eingeschränkt, die einen Migrationshintergrund in Drittstaaten oder in den 12 Neuen Mitgliedsstaaten der EU<sup>42</sup>, die seit 1.5.2004 bzw. 1.1.2007 der Europäischen Union angehören, haben. Für Vergleiche oder Ergänzungen wird darüber hinaus auch auf andere Studien Bezug genommen.

Schmatz/Wetzel (2014) beziehen sich zur Eruiierung der quantitativen Bedeutung von migrantischen Unternehmen für die Stadtwirtschaft auf die Abgestimmte Erwerbsstatistik 2010 der Statistik Austria, welche nur Aussagen zur 1. Einwanderergeneration erlaubt. Weitere Analysen zur Sozialstruktur, Bildung, etc., welche ebenso die 2. Generation

---

<sup>40</sup> Sofern keine anderen Quellen angegeben werden, entstammen die folgenden Daten und Informationen der Studie von Schmatz und Wetzel (2014).

<sup>41</sup> Die Unterscheidung von migrantischer und ethnischer Ökonomie, wie sie Schmatz und Wetzel (vgl. 2014: 26) vornehmen, wird in dieser Arbeit jedoch nicht berücksichtigt.

<sup>42</sup> Zu diesen zählen Polen, Tschechien, Slowakei, Ungarn, Slowenien, Lettland, Estland, Litauen, Malta, Cypern, Rumänien und Bulgarien.

miteinschließen, basieren auf einer im Rahmen der Studie durchgeführten repräsentativen Befragung.<sup>43</sup> Die betrachteten Herkunftsländer werden in vier Herkunftsgruppen zusammengefasst: NMS-12 (die 12 „Neuen Mitgliedsstaaten der EU“), das ehemalige Jugoslawien (ohne Slowenien), die Türkei und „sonstige“ Staaten. Aufgrund der durch die Gastarbeiteranwerbung geprägte Zuwanderungsgeschichte des ehemaligen Jugoslawiens und der Türkei, sowie der unterschiedlichen rechtlichen Rahmenbedingungen der neuen EU Mitgliedsstaaten scheint eine solche Gliederung sinnvoll.

### Wirtschaftsstruktur migrantischer Unternehmen

Von den insgesamt 76.322 selbstständig Erwerbstätigen (inklusive der Mithelfenden Angehörigen) in Wien sind 34,3% außerhalb Österreichs geboren. Bei Beschränkung auf die zu betrachtenden Herkunftsländer liegt der Anteil der selbstständigen Erwerbstätigen mit Migrationshintergrund (der 1. Generation) bei **29%** oder **22.209** Personen.<sup>44</sup> Die relativ größte Gruppe ist den NMS-12 Staaten zuzurechnen. Innerhalb dieser stammt die relative Mehrheit aus Polen.

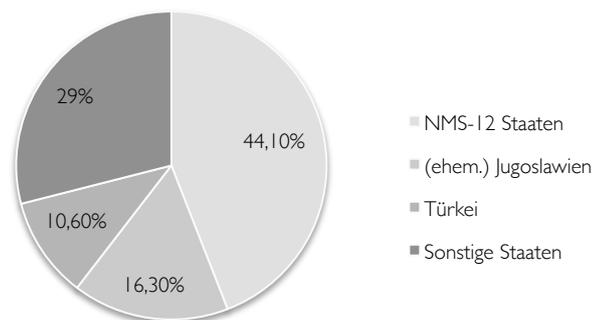


Abb. 6: Herkunft selbstständig Erwerbstätiger in Wien mit Geburtsland außerhalb Österreichs (exkl. EU-14) (Quelle: Statistik Austria, Abgestimmte Erwerbsstatistik 2010)

Laut Studie der Wirtschaftsagentur Wien sind hingegen UnternehmerInnen aus der Slowakei die zahlenmäßig stärkste Gruppe (4.329 Personen), gefolgt von Polen (2.724 Personen), Ex-Jugoslawien (2.225 Personen), Rumänien (2.166 Personen) und der Türkei (2.073 Personen) (vgl. Altenecker/Wagner-Pinter 2103: 3).

Beim Vergleich mit den erwerbstätigen Personen in Wien insgesamt zeigt sich, dass einer selbstständigen Tätigkeit öfters von Personen mit Migrationshintergrund nachgegangen wird als von Personen der Mehrheitsgesellschaft. Bei jenen, die in Österreich geboren wurden, liegt die **Selbstständigigenquote** bei 7,3%, bei jenen aus den betrachteten Herkunftsländern bei ca. **11%**.

Bei genauerer Differenzierung der Art der Selbstständigkeit zeigt sich, dass bei Personen mit Migrationshintergrund der **gewerblichen Selbstständigkeit (80% der Unternehmen)** der höchste Stellenwert zukommt, während freiberuflich selbstständige Tätigkeiten nur in sehr geringem Ausmaß ausgeführt werden. Das **Einzelunternehmen** ist die häufigste Rechtsform migrantischer Selbstständiger mit rund **90%**.

Ungefähr **ein Viertel** der migrantischen Unternehmen sind **ArbeitgeberInnenbetriebe**, sie beschäftigen ArbeitnehmerInnen im engeren Sinn. Jedoch zeigen sich Unterschiede zwischen den verschiedenen Herkunftsländern: überdurchschnittlich ist dieser Wert bei türkischen Unternehmen (34,5%), unterdurchschnittlich bei Unternehmen, deren InhaberIn aus den NMS-12 Staaten (12,4%) stammt. Werden darüber hinaus

<sup>43</sup> Die Stichprobe umfasst 255 UnternehmerInnen mit Migrationshintergrund, die hinsichtlich der zentralen Merkmale Herkunftsgruppe, Geschlecht, Wirtschaftsabschnitt und Art der Selbstständigkeit die tatsächliche Verteilung in der Grundgesamtheit – basierend auf der Abgestimmten Erwerbsstatistik – widerspiegelt (vgl. Schmatz/Wetzel 2014: 25).

<sup>44</sup> Auch die Wirtschaftsagentur Wien kommt auf ähnliche Werte (37% migrantische UnternehmerInnen), wenn auch Personen mit Migrationshintergrund anders eruiert wurden: neben Personen mit einer anderen als der österreichischen Staatsbürgerschaft, wurde auch jene mit österreichischer Staatsbürgerschaft miteinbezogen, wenn diese zwischen 1971 und 2011 eine andere hatten (vgl. Altenecker/Wagner-Pinter 2013: 2).

Beschäftigungsformen wie mithelfende Angehörige oder Aushilfskräfte miteinkalkuliert, beschäftigen ein Drittel der Unternehmen MitarbeiterInnen. Durchschnittlich werden von migrantischen UnternehmerInnen 1,3 Personen bzw. 0,9 angestellt, insofern nur die Kernbelegschaft berücksichtigt wird. Damit wird deutlich, dass es sich innerhalb der Migrantenökonomie größtenteils um **kleine Betriebe** handelt. Der **Beschäftigungseffekt** für Wien insgesamt wird mit **19.300 Personen** beziffert. Auch in der Studie der Wirtschaftsagentur wird der Beschäftigungseffekt auf rund 20.000 MitarbeiterInnen geschätzt. Inklusive der Einpersonenernehmen werden durch migrantische Unternehmen somit 46.000 Arbeitsplätze in Wien geschaffen (vgl. Altenecker/Wagner-Pinter 2013: 6).

Die quantitative Bedeutung migrantischer Unternehmen als Lehrlingsausbildungsbetriebe ist relativ gering. Nur 1% der in der Studie befragten UnternehmerInnen war zum Zeitpunkt der Befragung ein Ausbilderbetrieb. Jedoch zeigten sich viele UnternehmerInnen mit der Absicht, in Zukunft Lehrlinge ausbilden zu wollen. Dass in der Lehrlingsausbildung in migrantischen Unternehmen noch viele ungenutzte Potentiale vorliegen, hat die Wirtschaftskammer Wien dazu veranlasst eine gezielte Lehrstellenakquisition durchzuführen (siehe Kap. 6.4). Ergänzend muss angemerkt werden, dass ein Blick auf die Ausbildungsintensität – also wie viele Lehrstellen von einzelnen Unternehmen angeboten werden – mehr Aussagekraft haben würde. Ebenso ist zu erwähnen, dass unter österreichischen KleinunternehmerInnen die Anteile an Ausbildungsbetrieben ähnlich gering sind. Dies zeigt, dass die Unternehmensgröße eine wesentliche Rolle in der Bereitschaft zur Lehrausbildung spielt.

Im Jahr 2011 wurde durch migrantische Unternehmen eine Wertschöpfung von 640 Mio. Euro erwirtschaftet. Laut Studie der Wirtschaftsagentur Wien sind 17% der Selbstständigen mit Migrationsbezug in der Gastronomie, 16% im Handel, 12% am Bau und 6% in freiberuflichen wissenschaftlich/technischen Dienstleistungen tätig (vgl. Altenecker/Wagner-Pinter 2013: 5f).

Bezieht man sich auf die Studie der Arbeiterkammer, nehmen die freiberuflich/technischen Dienstleistungen einen etwas höheren Stellenwert ein, was vermutlich an einer unterschiedlichen Abgrenzung dieser Sparte liegt. Betrachtet man die vier am häufigsten vertretenen Wirtschaftsbereiche innerhalb jeder einzelnen Herkunftsgruppe, zeigen sich Gemeinsamkeiten als auch Unterschiede. Während der Handel bei allen Gruppen innerhalb der drei am stärksten vertretenen Wirtschaftsbereiche liegt, kommt ihm bei Selbstständigen aus der Türkei mit 24,1% eine vergleichsweise höhere Bedeutung zu. Der Bereich Bau hingegen spielt in der Gruppe der NMS-12 Staaten eine stärkere Rolle.

Österreich	NMS-12 Staaten	(ehem.) Jugoslawien	Türkei	Sonstige Staaten
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Freiberufliche/techn. DL<sup>45</sup> 29,%</li> <li>• Handel 15,5%</li> <li>• Gesundheits- und Sozialwesen 9,1%</li> <li>• Information und Kommunikation 7,3%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Handel 15,5%</li> <li>• Bau 13,5%</li> <li>• Herstellung von Waren 12%</li> <li>• Freiberuflich/tech. DL 10,3%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Freiberufliche/techn. DL 21,1%</li> <li>• Handel 15,2%</li> <li>• Bau 9,8%</li> <li>• Beherbergung/Gastron. 9,7%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Handel 24,1%</li> <li>• Freiberufliche/techn. DL 16,9%</li> <li>• Verkehr 14,3%</li> <li>• Beherbergung/Gastron. 14,8%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Handel 20,7%</li> <li>• Freiberufliche/techn. DL 19,1%</li> <li>• Beherbergung/Gastron. 10,6 %</li> <li>• Verkehr 10,3</li> </ul>

Tab. 8: Top 4 Wirtschaftsabschnitte je Herkunftsland, Quelle: Statistik Austria – Abgestimmte Erwerbsstatistik, Basis ÖNACE 2008

<sup>45</sup> Freiberuflich/technische Dienstleistungen umfassen sowohl hochqualifizierte Bereiche, wie Architektur- und Ingenieurbüros, Forschung und Entwicklung, etc., als auch einfache Tätigkeiten wie Zustellung von Werbematerial, Personalvermittlung durch Agenturen, etc. (vgl. Schmatz/Wetzel 2014: 15).

Orientiert man sich an der Sparteneinteilung der Wirtschaftskammer<sup>46</sup>, wie in der Studie der L&R Sozialforschung (vgl. Enzenhofer et.al. 2007), zeigt sich ein deutlicher Schwerpunkt der migrantischen Ökonomie in der Sparte Gewerbe und Handwerk. Während rund 58% der von MigrantInnen geführten Betriebe diesem Bereich zuzuordnen sind, sind es bei österreichischen UnternehmerInnen nur 33% (vgl. ebd.: 36).<sup>47</sup>

### **Demographische Struktur migrantischer UnternehmerInnen**

Die Mehrheit der selbstständigen UnternehmerInnen mit Migrationshintergrund sind Männer zwischen 25 und 45 Jahren. Während bei Selbstständigen mit Geburtsland Österreich der Frauenanteil bei 34,1% liegt, beläuft er sich bei UnternehmerInnen aus anderen Herkunftsländern auf knapp 40%. Am geringsten – mit 25,3% – liegt der Anteil bei aus der Türkei stammenden Personen, am höchsten – mit 43,6% – bei Personen aus der NMS-12 Gruppe.

Laut der repräsentativen Befragung der Studie ist jede/jeder 10. UnternehmerIn der 2. Generation zuzurechnen. Die selbstzugewanderten UnternehmerInnen (1. Generation) leben größtenteils (53% der Befragten) seit vielen Jahren (21 Jahre und länger) in Österreich. Davon unterscheiden sich jedoch die UnternehmerInnen aus den NMS-12 Staaten, die überdurchschnittlich oft erst in den letzten zehn Jahren zugewandert sind. Dieser Unterschied zeigt sich ebenso im Anteil an migrantischen UnternehmerInnen mit österreichischer Staatsbürgerschaft: 87% der selbstständig Erwerbstätigen mit türkischem Migrationshintergrund sind österreichische StaatsbürgerInnen, während dieser Wert bei der Gruppe der NMS-12 Staaten bei 41% liegt.

### **Bildungsniveau migrantischer UnternehmerInnen**

Die höchste abgeschlossene Ausbildung ist bei der Mehrheit der migrantischen Selbstständigen relativ hoch: über einen tertiären Bildungsabschluss (Universität, Fachhochschule, Akademie) verfügen 36%, einen Maturaabschluss können 33% nachweisen. 24% haben eine Lehre oder Mittlere Schule absolviert. Vergleicht man diese Zahlen mit dem Ausbildungsniveau der unselbstständigen Erwerbspersonen mit Migrationshintergrund zeigt sich, dass das jenes der selbstständigen MigrantInnen höher liegt.

Etwa die Hälfte der UnternehmerInnen hat die Ausbildung außerhalb Österreichs abgeschlossen. Eine Nostrifikation<sup>48</sup> der im Ausland erworbenen Ausbildung haben 43% der migrantischen UnternehmerInnen erlangt. Je nach Ausbildungsniveau zeigen sich dabei Unterschiede: während nur 27% der Personen mit Lehrabschluss über Nostrifikationen verfügen, liegt dieser Anteil bei Personen mit Universitätsabschluss bei 60%. Unklar bleibt hier, ob erstere weniger oft um Nostrifikationen angesucht haben oder ob Lehrabschlüsse weniger oft als Universitätsabschlüsse anerkannt werden.

### **Räumliche Verteilung der Migrant\*innenökonomie in Wien**

Hinsichtlich der räumlichen Verteilung migrantischer UnternehmerInnen in Wien bzw. der Frage, ob es Konzentrationsprozesse gibt, zeigen Enzenhofer et.al (2007) auf, dass es ähnliche Muster der Verteilung migrantischer UnternehmerInnen sowie der Wohnbevölkerung mit Migrationshintergrund auf die Wiener Bezirke gibt. EinzelunternehmerInnen nichtösterreichischer Herkunft sind überdurchschnittlich häufig in den Bezirken 2, 5, 10, 15, 16, 17 und 20 angesiedelt. Auch die Wirtschaftsagentur Wien kommt zu dem Ergebnis, dass die meisten Gründungen in den Wiener Bezirken 10, 16 und 15 stattfinden (vgl. Wirtschaftsagentur Wien 2013: 2). Werden alle UnternehmerInnen, die eine andere als die österreichische Nationalität aufweisen, und jene österreichischen StaatsbürgerInnen mit vermutetem Migrationshintergrund zusammen betrachtet, ist der Anteil der

---

<sup>46</sup> Die Wirtschaftskammer ordnet Betriebe folgenden Sparten zu: Gewerbe und Handwerk, Industrie, Handel, Bank und Versicherung, Transport und Verkehr, Tourismus und Freizeitwirtschaft sowie Information und Consulting (vgl. AWS o.A.: 5, [http://www.eduhi.at/dl/Broschuere\\_Gewerbe\\_und\\_Handwerk.pdf](http://www.eduhi.at/dl/Broschuere_Gewerbe_und_Handwerk.pdf)).

<sup>47</sup> Zu beachten ist, dass in der Studie von Enzenhofer et.al. (2007) die Unternehmensdatenbank der Wirtschaftskammer Wien als Datenquelle herangezogen wurde, welche das Merkmal *Staatsbürgerschaft*, nicht jedoch *Geburtsland* beinhaltet. Durch Namensanalysen wurde jedoch auch der geschätzte Anteil der Eingebürgerten bzw. der 2. Generation an den UnternehmerInnen mit österreichischer Staatsbürgerschaft berücksichtigt und als „UnternehmerInnen mit vermuteten Migrationshintergrund“ kategorisiert. Zudem gibt es – anders als bei Schmatz/Wetzel 2014 – keine Einschränkung auf bestimmte Herkunftsländer.

<sup>48</sup> Die formale Anerkennung von im Ausland erworbenen Bildungsabschlüssen (Nostrifikation) führt zur Gleichstellung mit österreichischen Äquivalenten und bringt damit Rechte der Berufsausübung, das Tragen eines Titels oder den Zugang zu weiteren Ausbildungen mit sich (vgl. Schmatz/Wetzel 2014: 33).

Migrantenökonomie im 15. Bezirk mit 43,8% am höchsten. Diese räumlichen Segregationstendenzen in der migrantischen Unternehmenslandschaft verlaufen parallel zum hohen Anteil der ausländischer Wohnbevölkerung in den jeweiligen Bezirke. Interessant ist, dass sich bei ausschließlicher Betrachtung der Kategorie UnternehmerInnen mit vermutetem Migrationshintergrund, welche Eingebürgerte und Teile der 2. und 3. Generation umfasst, ähnlich hohe Anteile über alle Bezirke hinweg zeigen und damit keine räumlichen Segregationstendenzen erkennbar sind (vgl. Enzenhofer et.al. 2007 : 34).

### **KundInnenstruktur der Migrantenökonomie**

Die Konzentration von migrantischen UnternehmerInnen auf Bezirke mit einem hohen Anteil ausländischer Wohnbevölkerung lässt Enzenhofer et. al. (vgl. ebd: 34) vermuten, dass sich Unternehmen verstärkt dort ansiedeln, wo die eigene Ethnie ihren Wohnsitz hat, da diese vor allem im Handel die primäre Zielgruppe bildet. Zumindest für die Standortwahl scheint die eigene Herkunftsgruppe in einigen Branchen eine nicht unwesentliche Rolle zu spielen, wenn auch die tatsächliche KundInnenstruktur letztendlich durchmischt ist. So stellen auch Schmatz/Wetzel (vgl. 2014: 45f) in ihren Untersuchungen fest, dass die Mehrheit der KundInnen (72%) migrantischer Betriebe *keinen* Migrationshintergrund aufweist. Damit zeigen sie auf, dass migrantische Unternehmen in Wien mit ihren Dienstleistungen und Produkten nicht nur die eigene Ethnie versorgen, sondern auf die gesamte Bevölkerung orientiert sind, sei es die Mehrheitsgesellschaft, Personen anderer Herkunftsländer oder jene des eigenen Herkunftslandes. Nur selten fungieren sie demnach als ethnische Nischenökonomien. KundInnen aus dem eigenen Herkunftsland haben bei türkischstämmigen UnternehmerInnen eine etwas höhere Bedeutung (16%), bei UnternehmerInnen aus den NMS-12 Staaten die geringste (5%). Die Zusammensetzung des KundInnenstamms ist jedoch auch von der Art der wirtschaftlichen Tätigkeit abhängig. Während Bauunternehmen fast ausschließlich nicht-migrantische KundInnen (94%) aufweisen, ist dieser Anteil im Beherbergungs- und Gaststättenwesen geringer (49%). Dabei stammt jedoch ein Großteil der KundInnen nicht aus dem selben Land wie der/die BetriebsinhaberIn, sondern aus unterschiedlichen Herkunftsländern. Auch nach Migrationsgeneration zeigt die KundInnenstruktur Unterschiede auf: Unternehmen, die von MigrantInnen der 2. Generation geführt werden, haben einen höheren Anteil an KundInnen der Mehrheitsgesellschaft als die 1. Generation.

### **Exkurs: Selbstständige mit Migrationshintergrund auf den Wiener Detailmärkten**

Auf den Wiener Detailmärkten spielen migrantische UnternehmerInnen eine besondere Rolle. Durch sie konnte das Weiterbestehen vieler Märkte gesichert werden, da ab den 1980er Jahren immer weniger einheimische UnternehmerInnen dazu bereit waren, einen Marktstand zu betreiben. Für MigrantInnen wiederum stellten und stellen die Märkte durch die frei gewordenen Positionen eine ökonomische Nische dar, in der sie sich aufgrund verschiedener Rahmenbedingungen leichter als in anderen Segmenten selbstständig machen können. Auf Basis einer Analyse der Rahmenbedingungen und Handlungsstrategien, die zu einer Konzentration von ausländischen Unternehmen <sup>49</sup> auf den Wiener Detailmärkten geführt haben, erklärt Hatz (1997) diese als Folge des Zusammenspiels zweier Faktoren (vgl. Hatz 1997: 170ff):

- den „incentives“ für AusländerInnen einer selbstständigen Erwerbstätigkeit nachzugehen,
- sowie den spezifischen Rahmenbedingungen, welche die Unternehmensgründung von ausländischen StaatsbürgerInnen auf den Wiener Detailmärkten begünstigen.

Die Anreize oder „incentives“ beruhen auf der Position von ausländischen StaatsbürgerInnen am Arbeitsmarkt und der Bedeutung an dessen Teilhabe. Oftmals sind ausländische StaatsbürgerInnen am sekundären Arbeitsmarktsegment mit instabilen und ungesicherten Arbeitsverhältnissen konfrontiert. Da Arbeitslosigkeit gerade für Drittstaatsangehörige, die über keinen Daueraufenthaltstitel verfügen, eine doppelte Belastung darstellt, weil der Nachweis eines Beschäftigungsverhältnisses Voraussetzung für die Aufrechterhaltung der Aufenthaltsbewilligung ist, bietet die Selbstständigkeit eine zusätzliche Möglichkeit in den Arbeitsmarkt einzutreten. Hatz (vgl. 1997: 173f) weist

---

<sup>49</sup> Hatz bezieht sich in seiner Analyse der Rahmenbedingungen vordergründig auf Personen mit ausländischer Staatsbürgerschaft, die nicht aus EFTA-Staaten kommen und ÖsterreicherInnen nicht gleich gestellt sind, was vor der Gewerberechtsnovelle 2002 den Zugang zur selbstständigen Erwerbstätigkeit für jene Personen enorm erschwerte (siehe auch Kap. 6.3).

für die türkische Wohnbevölkerung in Wien im Analysezeitraum zwischen 1987 und 199 einen derartigen Zusammenhang zwischen der Entwicklung der Arbeitslosenzahlen und der Anzahl der Selbstständigen nach. Der Weg in die Selbstständigkeit erfolgt demzufolge häufig als Reaktion auf Beschäftigungsprobleme am Arbeitsmarkt und kann dadurch als „unfreiwillige“ – da aus sozialer und ökonomischer Notwendigkeit gewählt – Selbstständigkeit interpretiert werden. Vor allem wenn es sich um eine solche „unfreiwillige Selbstständigkeit“ handelt, werden jene Tätigkeitsbereiche gewählt, in denen Einstiegsbarrieren wie Investitionen, Qualifikation oder solche, die sich aus der Staatsangehörigkeit ergeben, am niedrigsten sind. Rechtliche Rahmenbedingungen, vor allem das Gewerbe- und Fremdenrecht, reduzieren demnach Möglichkeiten für bestimmte Gruppen aufgrund ihrer Herkunft oder ihres Aufenthaltsstatus und nehmen Einfluss auf die Segmentierung nach Wirtschaftsbereichen in der selbstständigen Erwerbstätigkeit (vgl. ebd.: 174). Innerhalb der letzten Dekade gab es jedoch in diesen Rechtsbereichen so manche Änderungen, die zumindest für langansässige Drittstaatsangehörige wesentliche Erleichterungen mit sich brachten (siehe Kap. 6.3).

Die Konzentration ausländischer Selbstständiger auf bestimmte Wirtschaftssegmente, wie eben auf die Wiener Detailmärkte, wurde und wird wesentlich durch Rahmenbedingungen der Gewerbeordnung bestimmt. Die Gewerbeordnung vor der Novelle 2002 (GewO '94) setzte zum einen Zugangsbedingungen auf Basis der Staatszugehörigkeit. Kriterien für die Erteilung der Gewerbeberechtigung an AusländerInnen, welche österreichischen StaatsbürgerInnen nicht gleichgestellt waren, war der Bedarf an der jeweiligen Tätigkeit und ob die angestrebte Tätigkeit im volkswirtschaftlichem Interesse liege. Dieser Bedarf war vor allem in jenen Bereichen gegeben, die für ÖsterreicherInnen nicht mehr attraktiv waren. Durch die Aufhebung des Gleichstellungserfordernisses 2002 ist der allgemeine Gewerbezugang nun nicht mehr an diese Regelung, sondern an den Aufenthaltsstatus gebunden. Darüber hinaus ist für die Ausübung eines Gewerbes entscheidend, ob es sich um freie oder gebundene Gewerbe, für welche bestimmte Befähigungsnachweise zu erbringen sind, handelt. Da Personen mit ausländischer Staatsbürgerschaft oder ausländischer Herkunft oftmals nicht über entsprechende Befähigungsnachweise verfügen, wenn sie nicht das österreichische Bildungssystem durchlaufen haben, sind jene Personen eher in den freien Gewerben vertreten (vgl. ebd. 175).

Die speziellen Rahmenbedingungen der Wiener Detailmärkte, welche insbesondere für MigrantInnen Möglichkeiten und Anreize schaffen, umfassen sowohl die Mietpreisregelung der gemeindeeigenen Stände<sup>50</sup>, durch welche sich relativ geringe Fixkosten für die MarktstandbetreiberInnen ergeben, als auch die Lage der Märkte. Die ständigen Wiener Detailmärkte befinden sich häufig im gründerzeitlichem Stadtgebiet, da sie zur Zeit der Industrialisierung vor allem der steigenden ArbeiterInnenbevölkerung zur Lebensmittelversorgung dienten. Die Arbeitermiethäuser wurden schließlich zu bevorzugten – da erschwinglichen – Wohnorten der angeworbenen ausländischen GastarbeiterInnen und deren Nachkommen. Somit befinden sich heute viele Detailmärkte in Gebieten mit einem hohen Anteil an Personen mit Migrationshintergrund, die maßgeblich die Nachfrage- bzw. KundInnenstruktur der Märkte beeinflussen (vgl. ebd.: 178).

Entsprechend der Herkunft und des Aufenthaltsstatus von MigrantInnen wurde ihre Funktion auf den Märkten definiert. Durch Regelungen der Markt- und Gewerbeordnung (vor der Novelle 2002) und den daraus resultierenden Verpflichtungen des Marktamtes hinsichtlich der Festlegung der Warengruppen – dass für die definierten Warengruppen eine genügende Anzahl von AnbieterInnen und ein ausgewogener Branchenmix gewährleistet werden muss (vgl. GewO 1994, § 292 (1) – ergaben sich Einstiegschancen für MigrantInnen mit ausländischer Staatsbürgerschaft, für die nicht die Gleichstellung galt, vor allem in Bereichen

- die den freien Gewerben zugerechnet werden
- die unattraktiv für österreichische oder gleichgestellte UnternehmerInnen waren, da ausländische oder nicht-gleichgestellte Personen die unternehmerische Selbstständigkeit nur dann ausführen können, wenn

---

<sup>50</sup> Die Gemeinde Wien als Marktbetreiber darf Märkte nur nach kostendeckenden, jedoch nicht nach gewinnmaximierenden Prinzipien betreiben (vgl. Hatz 1997: 178).

für die entsprechende Funktion kein einheimischer Unternehmer zur Verfügung stand. Somit beschränkten sich die Standorte und Branchensegmente auf Märkten für nicht-gleichgestellte AusländerInnen auf jene, die für österreichische UnternehmerInnen als unrentabel galten (vgl. ebd.: 181).

Damit stellen insbesondere Obst- und Gemüsestände für nicht gleichgestellte MigrantInnen eine ökonomische Nische dar. Der Handel mit Obst und Gemüse erfordert im Gegensatz zu anderen Gewerbe auf den Märkten, wie etwa dem Fleischwarenhandel, keinen Befähigungsnachweis. Die Kontinuität des Obst- und Gemüsehandels, welcher zwar wenig rentabel ist, aber wesentlich die Attraktivität und das Flair von Märkten bestimmt, wäre ohne ausländische StandinhaberInnen nicht aufrechtzuerhalten (vgl. ebd.: 185).

Aktuell werden 56% der Marktstände am Brunnenmarkt von Personen mit türkischem Herkunftshintergrund betrieben, 19% von ÖsterreicherInnen ohne Migrationshintergrund und die restlichen 25% von Personen aus unterschiedlichsten Ländern wie Indien, Bulgarien, Serbien, Russland oder Bosnien.<sup>51</sup> Auch der für den – nahe der Quellenstraße liegenden – Viktor-Adler Markt zuständige Marktmanager der Wirtschaftskammer Wien schätzt, dass die österreichischen Marktstandbetreiber dort an einer Hand abzählbar seien.

Dass Märkte räumlich konzentrierte Standorte ausländischer Selbstständiger sind, veranschaulicht wie sich rechtliche Strukturen – insbesondere die Bestimmungen im Gewerberecht vor der Novelle 2002 – auch im Raum niederschlagen bzw. Teil der Raumkonstitution sind. Die hohe Anzahl an MarktstandbetreiberInnen bestimmter ethnischer Gruppen hängt natürlich aber auch mit anderen Faktoren zusammen, wie Netzwerkstrukturen die beispielsweise in der Weitergabe von Marktständen wirksam werden.

Am Beispiel der Märkte wird ebenso deutlich, dass die sektorale Zusammensetzung der Migrantenökonomie maßgeblich durch rechtliche und institutionelle Rahmenbedingungen beeinflusst wird: dass manche Sparten durch geringe Hürden eher zugänglich sind, andere beispielsweise aufgrund mangelnder Anerkennung von Qualifikationen Zuwanderern teilweise verwehrt bleiben.

### **6.3 Rechtliche Rahmenbedingungen der unternehmerischen Selbstständigkeit von Zuwanderern**

Der Zugang zur unternehmerischen Selbstständigkeit von MigrantInnen wird vordergründig durch die Gewerbeordnung geregelt, ist jedoch ebenso durch aufenthaltsrechtliche Bestimmungen beeinflusst. Im Rahmen der mittelbaren Bundesverwaltung ist die Stadt bzw. das Land Wien zuständig für die Vollziehung und Kontrolle der bundesgesetzlichen Vorgaben der Gewerbeordnung, des Niederlassungs- und Aufenthaltsgesetzes sowie des Staatsbürgerschaftsgesetzes.

Das **Gewerberecht** (GewO 1994) regelt in Österreich die Ausübung einer selbstständigen Tätigkeit und bezieht sich sowohl auf österreichische wie ausländische Staatsangehörige. Seit der Gewerberechtsnovelle 2002 wurde der Zugang zum Gewerbe für Drittstaatsangehörige durch die Aufhebung des Gleichstellungserfordernisses erheblich erleichtert. Diese besagte, dass *„Angehörige eines Staates, hinsichtlich dessen die Gegenseitigkeit nicht nachgewiesen werden kann, und Staatenlose bedürfen für die Ausübung eines Gewerbes einer Gleichstellung mit Inländern durch den Landeshauptmann. Die Gleichstellung kann ausgesprochen werden, wenn anzunehmen ist, dass die Ausübung des Gewerbes durch den Ausländer oder Staatenlosen im volkswirtschaftlichen Interesse liegt und nicht den sonstigen öffentlichen Interessen zuwiderläuft“* (§14 Abs. 2, GewO Stand 1997 zit. nach Haberfellner 2000: 108). Von dieser Gleichstellungspflicht waren jene AusländerInnen ausgenommen, deren Staaten besondere Abkommen mit Österreich hatten, was für StaatsbürgerInnen der Türkei oder der Nachfolgestaaten Jugoslawiens, welche die Mehrheit der Zuwanderer in Österreich bilden, jedoch nicht zutraf. Auch bei längerfristiger Aufenthaltsbewilligung oder gültiger Arbeitsbewilligung mussten sie das Gleichstellungsverfahren durchlaufen. Umgangen werden konnte diese Hürde durch die Gründung einer

---

<sup>51</sup> Auskunft MA 59, Marktamtsabteilung für den 7., 8. und 16. Bezirk, 3.11.2014

Gesellschaft mit einem gewerberechtigten – meist österreichischen – Geschäftsführer, der nicht unter das Gleichstellungserfordernis fiel (vgl. Bauböck 2001: 79).

In der aktuellen Fassung bestimmt die Gewerbeordnung hinsichtlich der Ausübung eines Gewerbes für ausländische StaatsbürgerInnen Folgendes: „Ausländische natürliche Personen dürfen (...) Gewerbe wie Inländer ausüben, wenn dies in Staatsverträgen festgelegt worden ist.“ Solche Staatsverträge sind der EG-Vertrag, das EWR-Abkommen, oder auch der Handels-, Freundschafts- und Konsularvertrag zwischen Österreich und den USA, wodurch Zuwanderer dieser Staaten keinen anderen Regelungen der Gewerbeausübung als ÖsterreicherInnen unterliegen. *„Angehörige von Staaten, mit denen kein derartiger Staatsvertrag abgeschlossen wurde, Personen, denen Asyl gewährt wird, oder Staatenlose dürfen (...) Gewerbe wie Inländer ausüben, wenn sie sich nach den für sie in Betracht kommenden Rechtsvorschriften zur Ausübung einer Erwerbstätigkeit bereits in Österreich aufhalten dürfen. Für Drittstaatsangehörige, die noch nicht rechtmäßig aufhältig sind (Erstantragsteller) und in Österreich ein Gewerbe ausüben wollen, ist die Erteilung eines Aufenthaltstitels, der die Ausübung einer selbstständigen Erwerbstätigkeit zulässt, zur rechtmäßigen Ausübung dieses Gewerbes erforderlich.“* (§14, Abs.1, GewO Fassung 20.10.2014). Damit ist die Ausübung einer selbstständigen Tätigkeit für ausländische Staatsangehörige die aus Drittstaaten kommen primär an deren Aufenthaltsstatus, wie es das Niederlassungs- und Aufenthaltsgesetz (NAG) regelt, gebunden. Gerade in den freien Gewerben, die keine weiteren Befähigungsnachweise erfordern, bedeutet diese Novellierung eine erhebliche Erleichterung für gründungswillige Drittstaatsangehörige.

Abseits der Regelungen hinsichtlich des allgemeinen Zugangs zur selbstständigen Erwerbstätigkeit, gibt es eine Reihe reglementierter Gewerbe (siehe §94 GewO), deren Ausübung nur durch entsprechende **Befähigungsnachweise** bewilligt wird, was für Personen, die nicht das österreichische Bildungssystem durchlaufen haben eine größere Hürde darstellt. Als Belege zur Befähigung gelten beispielsweise Handelsschulabschlüsse, Meisterprüfungen oder auch berufliche Erfahrung in der angestrebten Branche. Die primär am österreichischen Bildungsweg orientierten Befähigungsnachweise sind für Zuwanderer, die ihre Ausbildung in ihrem Herkunftsstaat absolviert haben, oftmals schwer zu erbringen, da im Ausland erworbene Abschlüsse oder Qualifikationen häufig nicht anerkannt werden. Damit stehen vielen ImmigrantInnen der 1. Generation nur jene Branchen zur selbstständigen Erwerbstätigkeit offen, in denen kein entsprechender Befähigungsnachweis erbracht werden muss, wie etwa im Einzelhandel (vgl. Bauböck 2001: 80).

Der Zutritt zum österreichischen Arbeitsmarkt für Drittstaatsangehörige sowie der Zugang zur Ausübung einer selbstständigen Erwerbstätigkeit ist an unterschiedliche Aufenthaltstitel gebunden, welche im **Niederlassungs- und Aufenthaltsgesetz** <sup>52</sup> (NAG) festgelegt sind. Aufenthaltstitel werden nur verliehen, wenn man genügend Unterhaltsmittel durch feste und regelmäßige Einkommen nachweisen kann: *„Aufenthaltstitel dürfen einem Fremden nur erteilt werden, wenn der Aufenthalt des Fremden zu keiner finanziellen Belastung einer Gebietskörperschaft führen könnte.“* (§11 Abs.2 Z 4 NAG). Der Zugang zur erwerbstätigen Selbstständigkeit ist Drittstaatsangehörigen mit folgenden Aufenthaltstiteln möglich (vgl. WKO 2014):

- Rot-Weiß-Rot Karte: Recht auf befristete Niederlassung<sup>53</sup> mit beschränktem Arbeitsmarktzugang (nur mit Bezug auf einen bestimmten österreichischen Arbeitgeber). Dieser Titel kann auch selbstständigen Schlüsselkräften erteilt werden. Die Eigenschaft als selbstständige Schlüsselkraft ist dann gegeben, wenn die Erwerbstätigkeit einen gesamtwirtschaftlichen Nutzen bringt (z.B. Transfer von Investitionskapital, Schaffung von Arbeitsplätzen) und muss durch ein Gutachten des Arbeitsmarktservices belegt werden.
- Rot-Weiß-Rot Karte plus: Recht auf befristete Niederlassung mit unbeschränktem Arbeitsmarktzugang.
- Familienangehöriger: Recht auf befristete Niederlassung mit unbeschränktem Arbeitsmarktzugang
- Niederlassungsbewilligung: Recht auf befristete Niederlassung und selbstständige Erwerbstätigkeit.

---

<sup>52</sup> Das vormalige Fremdengesetz (FrG) wurde 2005 durch das Fremdenpolizeigesetz (FPG) und das Niederlassungs- und Aufenthaltsgesetz (NAG) ersetzt.

<sup>53</sup> Befristete Aufenthaltstitel werden grundsätzlich für 12 Monate ausgestellt.

- Daueraufenthalt EU<sup>54</sup>: nach 5 Jahren ununterbrochener Niederlassung und Erfüllung des Moduls 2 der Integrationsvereinbarung, Recht auf unbefristete Niederlassung mit unbeschränktem Arbeitsmarktzugang.

### **Veränderungen des rechtlichen und migrationspolitischen Rahmens**

Allgemein kann festgehalten werden, dass sich seit Ende der 1990er Jahre die gewerbe- und aufenthaltsrechtlichen Rahmenbedingungen für selbstständig erwerbstätige Drittstaatsangehörige wesentlich verbessert haben.

Der hohe Anstieg der Gründungen von Einzelunternehmen seit 2002 ist als Auswirkung der **Gewerberechtsnovelle 2002** zu bewerten, die Drittstaatsangehörigen den Zutritt zur Ausübung eines Gewerbes erleichterte. Da das Gleichstellungserfordernis ab diesem Zeitpunkt nicht mehr gegeben war, wurde auch die Funktion von Gesellschaftsgründungen zur Umgehung der Gleichstellung obsolet. Dies ist vor allem an dem beträchtlichen Zuwachs an Unternehmensgründungen als Einzelunternehmen durch StaatsbürgerInnen der Türkei und dem ehemaligen Jugoslawien ab 2002 ablesbar (vgl. Haberfellner 2012: 47).

Neben dem erleichterten Zugang zum Gewerbe wurde ab 2002 durch verschiedene Änderungen im Fremdenrecht auch die Aufenthaltssicherheit für Drittstaatsangehörige mit mindestens fünfjährigem rechtmäßigem Aufenthalt erhöht. Damit kam es zu einer Entschärfung der prekären Aufenthaltssituation für aufenthaltsverfestigte Selbstständige. Sie waren zuvor im Falle geringen oder unsicheren Einkommens, infolge dessen sie mitunter nicht genügend Unterhaltsmittel aufbringen konnten, vor Ausweisung nicht geschützt. Auch der freie Zugang zum Arbeitsmarkt, und somit die Rückkehrmöglichkeit in die unselbstständige Beschäftigung bei erfolgloser Geschäftstätigkeit, wurde durch den 2002 eingeführten Niederlassungsnachweis (später Daueraufenthalt-EG) geschaffen.

Diese Verbesserungen der Rahmenbedingungen für langansässige Drittstaatsangehörige minimieren das Risiko einer selbstständigen Erwerbstätigkeit nachzugehen. Dem kommt umso mehr Bedeutung zu, da 2005 die Zugangsvoraussetzungen zur Staatsbürgerschaft erheblich verschärft wurden.<sup>55</sup> Für nicht aufenthaltsverfestigte Drittstaatsangehörige, die also weniger als fünf Jahre ununterbrochene Niederlassung in Österreich aufweisen können, stellt durch das Erfordernis der Erbringung eines gesicherten Einkommens zum Erhalt des Aufenthaltstitels, eine selbstständige Tätigkeit nach wie vor ein Risiko für die aufenthaltsrechtliche Lage dar. Gerade die Gründungsphase birgt finanzielle Belastungen. Aber auch allgemein sind unregelmäßige Einkünfte bei Selbstständigen nicht selten die Norm. Da nicht jeder Aufenthaltstitel Drittstaatsangehörigen einen freien Zugang zum Arbeitsmarkt der unselbstständig Beschäftigten gewährleistet, ist ein anderes Erwerbseinkommen, wenn sich die Selbstständigkeit als nicht erfolgreich herausstellt, oft nicht möglich (vgl. Schmid et. al. 2006: 22ff).

Eine wesentliche Veränderung, die die selbstständige Erwerbstätigkeit von AusländerInnen in Österreich beeinflusste, vollzog sich auch durch die EU-Erweiterung. Durch den Beitritt Österreichs zum EG-Binnenraum 1995 und die **EU Erweiterung 2004 und 2007**, sowie 2013 mit dem Beitritt Kroatiens, fällt ein Großteil von ImmigrantInnen nun in ein rechtliches Regime, welches sich durch Personenfreizügigkeit, dauerhafter Niederlassungsperspektive, freiem Zugang zum Arbeitsmarkt und gleichen sozialen Rechten auszeichnet. 2011 waren immerhin 36,4% der in Wien lebenden ausländischen StaatsbürgerInnen aus EU-Mitgliedsstaaten. Die für die neuen Mitgliedsstaaten anfangs noch bestehenden Zugangshürden zum österreichischen Arbeitsmarkt der unselbstständig Beschäftigten fielen schließlich im Mai 2011 (für Estland, Lettland, Litauen, Polen, Slowakei, Slowenien, Tschechien und Ungarn) bzw. Jänner 2014 (für Bulgarien und Rumänien) (vgl. Stadt Wien - MA 17 2012: 14). Für Kroatien läuft die Siebenjahresfrist, innerhalb welcher für eine unselbstständige Beschäftigung eine

<sup>54</sup> Von den in Wien lebenden Drittstaatsangehörigen, die über einen Aufenthaltstitel verfügen, hatten 2010 67% den Titel Daueraufenthalt-EU (Stadt Wien – MA 17 2012: 44).

<sup>55</sup> In diesem Sinne kritisiert auch Perchinig (2010: 28), dass auf die – einer EU Richtlinie folgende – Gleichstellung langansässiger Drittstaatsangehöriger mit UnionsbürgerInnen (Aufenthaltstitel Daueraufenthalt EU), Österreich gleichzeitig die Zugangsvoraussetzungen für diesen Status verschärft, „um das die Migrationspolitik traditionell prägende Prinzip der staatsbürgerschaftlichen Trennung am Arbeitsmarkt und im Wohlfahrtsstaat weiter am Leben zu erhalten“. Durch die rigiden Zugangsvoraussetzungen zur Staatsbürgerschaft hat sich die Anzahl der jährlichen Einbürgerungen massiv reduziert: von 18.085 im Jahr 2003 auf 1.745 im Jahr 2010 (vgl. Stadt Wien-MA 14: 45)

arbeitsmarktbehördliche Bewilligung notwendig ist, noch bis Juni 2020. Während nach der EU Erweiterung der Zugang zum Arbeitsmarkt zunächst reguliert blieb, wurde Staatsangehörigen dieser Länder der freie Zugang zur selbstständigen Erwerbstätigkeit gewährt. Damit war die Ausübung eines selbstständigen Gewerbes für Staatsangehörige der neuen EU Mitgliedsstaaten lange Zeit die einzige Möglichkeit in Österreich erwerbstätig zu sein. Dies zeigt sich im sprunghaften Anstieg an Unternehmensgründungen durch StaatsbürgerInnen der Neuen Mitgliedsstaaten in Wien ab 2004: während von TschechInnen und SlowakInnen im Jahr 2003 lediglich 22 Unternehmen gegründet wurden, waren es 2004 immerhin 234. Noch deutlicher zeigt sich diese Veränderung bei Unternehmensgründungen durch polnische StaatsbürgerInnen in Wien: in den Jahren vor dem Beitritt wurden durchschnittlich pro Jahr 137 Einzelunternehmen angemeldet, im Jahr 2004 hingegen waren es 1.467 (vgl. Haberfellner 2012: 48).

## **6.4 Institutionelle Rahmenbedingungen der unternehmerischen Selbstständigkeit von Zuwanderern**

Die unternehmerische Geschäftstätigkeit von Zuwanderern wird neben rechtlichen auch durch institutionelle Faktoren beeinflusst. Somit wird im folgenden Abschnitt den Fragen nachgegangen, welche Institutionen und Planungsinstrumente auf Stadtebene Bezug zur Lokalen Ökonomie bzw. im Speziellen zur Migrantenökonomie haben und wie migrantische UnternehmerInnen dabei thematisiert und unterstützt werden. Zunächst wird der Blick auf die Integrationspolitik der Stadt Wien geworfen, da diese die Verwaltungseinrichtungen der Stadt mitprägt. Anschließend wird der Thematisierung von Lokaler Ökonomie und Migrantenökonomie in den strategisch ausgerichteten Instrumenten der Stadtentwicklung nachgegangen, bevor die als relevant erachteten Abteilungen der Stadtverwaltung und Einrichtungen der Wirtschaftsförderung näher beleuchtet werden.

### **6.4.1 Integrationspolitik Wien**

Ende 1980, Anfang 1990 vollzog sich in der Wiener Stadtregierung ein Wandel von einer Gastarbeiterpolitik, die von einem kurzfristigen Aufenthalt der angeworbenen ArbeitsmigrantInnen ausging und den Niederlassungswillen der sogenannten GastarbeiterInnen zunächst nicht wahrnahm, zur Einwandererpolitik, die Zuwanderung als etwas Dauerhaftes anerkannte und sich in Richtung einer aktiven Integrationspolitik entwickelte. Für die Umsetzung der Integrationspolitik wurde 1992 der Wiener Integrationsfonds (WIF) mit Zustimmung von ÖVP, SPÖ und den Grünen und in Ablehnung durch die FPÖ eingerichtet. Da der Fonds gänzlich durch die Stadt budgetiert wurde und der Gemeinderat dem Budget zustimmen musste, war die Arbeit des WIF stark von der politischen Konstellation in der Stadtregierung abhängig. 1997 wurde das Ressort für Integration geschaffen und damit die leitende Stadträtin als Präsidentin des Fonds eingesetzt (vgl. Joost 2007: 81f).

2004 wandelte sich die kommunale Integrationspolitik zu einer „integrationsorientierten Diversitätspolitik“, in der Diversität verstärkt als Bereicherung wahrgenommen wird, die von der Aufnahmegesellschaft zu unterstützen ist. Dieser Wechsel wurde institutionell durch die Schaffung der Magistratsabteilung für Integration und Diversität (MA 17) eingeleitet. Während durch den Integrationsbegriff Fragen des Zugangs zur gesellschaftlichen Teilhabe im Mittelpunkt stehen, soll durch den Diversitätsbegriff die kulturelle Vielfalt als Chance und Potential ins Blickfeld gerückt und Integration nicht mehr primär unter eine defizitorientierten Sichtweise debattiert werden (vgl. Stadt Wien - MA 17a: 1).

Das politische Programm zur Integrationspolitik in Wien stellt das Integrationskonzept dar, welches dem Prinzip folgt, Zuwanderung klar und transparent zu regeln und an Integrationsmaßnahmen zu koppeln. Dabei gibt es den verschiedenen Eckpfeilern des Konzeptes – Sprache, Bildung und Arbeit, Zusammenleben, Messbarkeit – zugeordnete Maßnahmenbündel (vgl. Stadt Wien – MA 17c).

Seit 2008 sind infolge der neuen Politikausrichtung einige Maßnahmen gesetzt worden. Mit dem Ziel, allen WienerInnen unabhängig vom Herkunftshintergrund gleichen Zugang zu Dienstleistungen der Stadt zu gewähren,

wurde ein **Diversitätsmanagement** im Wiener Magistrat eingeführt. Dadurch soll die Diversitätskompetenz der MitarbeiterInnen erhöht werden: „Für die Verwaltung bedeutet Diversitätskompetenz, dass Vielfalt wahrgenommen, anerkannt und gefördert wird“ (Stadt Wien - MA 17 2012: 9). Damit wird der neue Politikansatz verfolgt, dass auch die Aufnahmegesellschaft selbst gefordert ist, die Potentiale der Zuwandere realisierbar zu machen.

Anhand des 2009 erstmals durchgeführten **Integrations- und Diversitätsmonitorings** der MA 17 soll nun in regelmäßigen Abständen mittels verschiedener Indikatoren geprüft werden, „(...) wie Integrationsprozesse in Wien verlaufen, inwieweit rechtliche, soziale und gesellschaftliche Inklusion oder Exklusion besteht (...)“ (ebd.: 10), um damit Herausforderungen für die Integrationspolitik zu erkennen.

Als ExpertInnen-Kommission für die Wiener Politikberatung hinsichtlich Migration, Mobilität, Diversität und Integration wurde die **Wiener Zuwanderungskommission** gegründet, die ab 2012 unter dem Namen **forum.wien.weltoffen** weiter geführt wurde. Sie erarbeitet an die Politik gerichtete Empfehlungsberichte sowie eine an die Stadt, an Unternehmen und die Bevölkerung adressierte Agenda, die die Internationalität Wiens stärken soll. Ein Unterstützungsangebot für Neuzugewanderte bietet die Stadt Wien seit 2008 mit der Initiative „**Start Wien**“ an. Dieses beinhaltet verschiedene Info-Module in den jeweiligen Muttersprachen, eine Vermittlung von Deutschkursen sowie eine finanzielle Unterstützung in Form von „Sprachgutscheinen“ (vgl. ebd.: 18f).

Während sich Wien lange Zeit nicht als Einwanderungsstadt sah und infolgedessen auch keine integrationspolitischen Maßnahmen setzte, hat sich dies in den letzten zwei Jahrzehnten zunehmend geändert. Trotz des Bekenntnisses der Stadt Wien als Einwanderungsstadt und zu einer integrationsorientierten Diversitätspolitik, steht sie dennoch vor einigen Herausforderungen, um zugewanderten Personen die gesellschaftliche Teilhabe in allen Bereichen zu gewähren. Als Schlüsselherausforderungen für die kommenden Jahre identifizierte der Integrationsmonitor 2009-2011 etwa die Entkoppelung von Wahlrecht und Staatsbürgerschaftsrecht, was jedoch im Wirkungsbereich des Bundes liegt, Beteiligungsprozesse in denen auch MigrantInnen repräsentiert werden, Unterstützung beim Zugang zu höherer Bildung und die Anerkennung von Bildungsabschlüssen und beruflichen Qualifikationen sowie den Ausbau der Integrations- und Diversitätskompetenz in der Verwaltung (vgl. ebd.: 37ff).

Sich als „internationale, weltoffene, globale, durch Zuwanderung geprägte Stadt“ zu bekennen und darzustellen, ist vermutlich nicht nur auf das Ziel ausgerichtet, allen WienerInnen gesellschaftliche Teilhabe zu ermöglichen und gesellschaftlichen Zusammenhalt zu fördern. Darüberhinaus ist es Teil des Standortmarketings und Strategie, sich im internationalen Städtewettbewerb zu profilieren. In den Leitlinien der Diversitäts- und Integrationspolitik (Stadt Wien – MA 17a: 1) wird dies direkt zum Ausdruck gebracht: „Wie Wien im globalisierten Wettbewerb der Wirtschafts-, Tourismus-, Wissenschafts- und Kulturstandorte und im Wettbewerb um Fachkräfte und kreative Köpfe bestehen kann, hängt auch eng damit zusammen, was für ein Bild die Welt von der Stadt macht. Das wiederum hängt davon ab, wie Wien mit der eigenen Vielfalt und den damit verbundenen Chancen, Potenzialen und Herausforderungen umgeht.“

Dass dabei auch die migrantische Ökonomie große Bedeutung für den Wirtschaftsstandort Wien hat, hebt Integrationsstadträtin Sandra Frauenberger, Schlüsselperson der Integrationspolitik Wiens, hervor. Gerade durch die zentrale Lage Wiens innerhalb Europas und die Funktion als wirtschaftliche Drehscheibe für Mittel- und Osteuropa, seien Unternehmen von ZuwanderInnen und die damit verbundenen sprachlichen und kulturellen Kompetenzen eine wertvolle Bereicherung, die zur Wettbewerbsfähigkeit des Standortes Wien beitragen. Die Sicherung und Neuschaffung von Arbeitsplätzen und Lehrstellen, sowie die Verbesserung der sozialen Lage der ZuwanderInnen insgesamt nennt sie als Ziele, die durch die Unterstützung ethnischen Unternehmertums anzustreben sind (vgl. Sozialdemokratischer Wirtschaftsverband 2007).

#### **6.4.2 Lokale Ökonomie und Migrantinnenökonomie in Instrumenten der Stadtentwicklung?**

Obwohl die Bedeutung Lokaler Ökonomie im Stadtentwicklungsplan 2005 (STEP 2005) hervorgehoben wird, wurde seither auf Stadtebene wenig darüber diskutiert. Eine von der Magistratsabteilung für Stadtentwicklung und

Stadtplanung (MA 18) in Auftrag gegebene unveröffentlichte Studie hat erstmals das Thema explizit aufgegriffen, um die Basis für ein Konzept zur Förderung Lokaler Ökonomien zu schaffen, welches jedoch bislang nicht realisiert wurde. Wenn auch nicht unter dem Titel Lokale Ökonomie, finden sich in Wien nichtsdestotrotz einige Ansätze, Maßnahmen und Projekte (wie z.B. das Projekt „Lebendige Straßen“ zur Wiederbelegung der Lerchenfelder Straße, Hernalser Hauptstraße und Wallensteinstraße), die Lokale Ökonomie als Handlungsfeld aufgreifen.

Das Verständnis der Stadt Wien von Lokaler Ökonomie lässt sich aus der Definition im **Stadtentwicklungsplan 2005** ablesen: „Lokale Ökonomie ist als Überbegriff für alle auf die Entwicklung eines Ortes (einer Region) bezogenen wirtschaftlichen Aktivitäten zu verstehen und beinhaltet gemeinnützige wie auch gewinnorientierte Wirtschaftsformen. Die Entwicklung der lokalen Ökonomie setzt an den Potentialen vor Ort an und kann somit auch die breite Palette alternativer Möglichkeiten berücksichtigen.“ (Stadt Wien - MA 18 2005: 129). Vor dem Hintergrund der wirtschaftlichen Funktionsschwäche der Gründerzeit-Stadt durch den Rückzug von Gewerbe, Industrie und konsumorientierten Dienstleistungen, wird die Förderwürdigkeit von Lokaler und solidarischer Ökonomie hervorgehoben: „Hier bietet sich besonders die Chance, lokale oder solidarische Ökonomie zu fördern, die sich nach den örtlichen Bedürfnissen, Produktions- und Vermarktungsmöglichkeiten richten und unabhängig vom globalen Markt funktionieren. Ziel lokaler Ökonomie ist es, Wirtschaft zu relokalisieren, Arbeitsplätze und damit BewohnerInnen, Kapital und Kaufkraft vor Ort zu halten.“ (ebd: 128). An einer anderen Stelle wird darüber hinaus auf die Förderung von Klein- und Mittelbetrieben Bezug genommen. Dabei wird die Erhaltung einer kleinräumigen Mindestversorgungsqualität an Gütern und Dienstleistungen und eine möglichst „komplette Ausstattung“ kleinerer Stadtteile als Beitrag zur Lebensqualität in einem Stadtteil hervorgehoben (vgl. ebd: 141). In den Maßnahmen zum Zielgebiet Westgürtel, eines der 13 Zielgebiete der Stadtentwicklung im STEP 2005, wird schließlich ausdrücklich von der „forcierten Förderung von Klein-, Mittel- und Nischenbetrieben“ und der „Nutzung der wirtschaftlichen Aktivitäten der ZuwanderInnen – Ethno Economy“ (ebd.: 232) gesprochen.

Im aktuellen **Stadtentwicklungsplan 2025** (STEP 2025) wird das Thema Lokale Ökonomie nicht explizit aufgegriffen. Vordergründig wird Wien als Standort für Forschung, Technologie und Innovation diskutiert und die Wirtschaftsentwicklung und -förderung dementsprechend ausgerichtet. Einzig durch das Ziel, „Platz für Kleingewerbe“ (Stadt Wien – MA 18 2014: 84) sicher zu stellen, streift dies auch die Lokale Ökonomie. Während an dieser Stelle, „ethnisches“ Unternehmertum nicht erwähnt wird, heißt es in den einleitenden Prinzipien hinsichtlich einer weltoffenen Stadt: „Die Stadtentwicklung berücksichtigt die Bedürfnisse, unterschiedlichen Lebensstile und Interessen der neu Zugewanderten. Dabei geht es, neben Wohnungen, auch um Raum für ethnische Ökonomie und für soziale Netzwerke einzelner Zuwanderungsgruppen“ (ebd.: 23). Konkretere Handlungsempfehlungen oder Maßnahmen, wie dieser Raum geschaffen werden kann, werden jedoch nicht genannt.

Im Wiener **Strategieplan 2004** wird weder auf UnternehmerInnen mit Migrationshintergrund noch Lokale Ökonomie ausdrücklich Bezug genommen. Angesprochen wird jedoch die Förderung kleinerer und mittlerer Unternehmen, vor allem jener, die osteuropäischen Bezug haben, um der im Wirtschaftsleitbild Wiens festgelegten Funktion als Ost-West-Transaktionszentrum gerecht zu werden. Dies soll etwa durch die „Entwicklung attraktiver Angebote für hochqualifizierte ausländische Arbeitskräfte“ und „die gezielte Nutzung des Potentials von WienerInnen mit osteuropäischer Muttersprache, deren Kultur-Know-How und Kontakten in diesen Regionen“ geschehen (vgl. Stadt Wien - MA 18 2004: 59). Ebenso wird auf eine lokal und integrativ ausgerichtete Standortpolitik hingewiesen, um die Lebendigkeit von Stadtvierteln zu erhalten: „Aus breiteren wirtschafts- und stadtentwicklungspolitischen Zielen – Erhaltung der Mischung und lokalen Wirtschaft und Vermeidung einer Entwicklung von Gründerzeitvierteln zu „Schlafstädten“– sollte die Standortpolitik gezielt teilräumlich und integrativ (unter Beachtung der zunehmenden Bedeutung von „soziokulturellen Milieus“) agieren“ (ebd.: 137).

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass weder Lokale Ökonomie noch Migrantenökonomie intensiv Einzug in strategische stadtentwicklungspolitische Konzepte gehalten haben. Nur im Stadtentwicklungsplan 2005 wird explizit sowohl auf die Bedeutung Lokaler Ökonomie, als auch auf die unternehmerischen Aktivität von Zuwanderern Bezug genommen. Allgemein steht in den Strategiepapieren der Stadt die Förderung einer technologie- und

forschungsrelevanten Unternehmensstruktur im Fokus, und erst nachgereiht – mit dem Ziel eine lebendige und vielfältige Stadtwirtschaft zu schaffen – die Förderung von Räumen für Kleinunternehmen und Kleingewerbe.

### **6.4.3 Die Bedeutung der Stadtverwaltung und wirtschaftsbezogenen Institutionen für die Migrantenökonomie**

Als relevant für die unternehmerische Geschäftstätigkeit von MigrantInnen können im Bereich der Stadtverwaltung die *Magistratsabteilung für Integration und Diversität* (MA 17), das *Marktamt* (MA 59) und das *Gewerbewesen* (MA 63 und Magistratische Bezirksämter) angesehen werden. Alle drei Magistratsabteilungen sind in der Wiener Stadtverwaltung Teil der Geschäftsgruppe Integration, Frauenfragen, KonsumentInnenschutz und Personal. Amtsführende Stadträtin und damit politisches Oberhaupt der in die Geschäftsgruppe fallenden Magistratsabteilungen ist seit 2007 Sandra Frauenberger. Während die MA 59 und MA 63 vordergründig für die Vollziehung und Kontrolle bundesgesetzlicher Vorgaben zuständig sind, geht die Stadt Wien im Bereich der Wirtschaftsförderung und Arbeitsmarktpolitik aktiv-gestalterischer vor. Die dafür zuständigen Einrichtungen sind zwei als Fonds organisierte Institutionen, die *Wiener Wirtschaftsagentur* und der *Wiener ArbeitnehmerInnen Förderungsfonds*. Als eine von der Stadt unabhängige Interessensvertretung der Wirtschaft wird ebenso die *Wirtschaftskammer Wien* betrachtet.

Im Folgenden werden die Aufgabenbereiche der jeweiligen Institutionen, sowie deren Relevanz für UnternehmerInnen mit Migrationshintergrund, sei es durch Regelungen, Programme und Projekte oder Zielsetzungen, herausgearbeitet.

#### **Magistratsabteilung für Integration und Diversität – MA 17**

Der Aufgabenbereich der MA 17 liegt laut Integrationsstadträtin Sandra Frauenberger in der „Erarbeitung von Grundlagen für die Umsetzung und Weiterentwicklung der Wiener Integrations- und Diversitätspolitik, der Verbesserung der Kenntnisse über Migration und Zuwanderung, der kulturellen Sensibilität sowie der Erfassung und dem Abbau von Zugangsbarrieren in allen Lebensbereichen“ (vgl. Joost 2007: 90). Sie ist ebenso für die Implementierung und Kontrolle des magistratsinternen Diversitätsmanagements zuständig. Neben anderen Abteilungen der Stadt und der Wirtschaftskammer, war die MA 17 Auftraggeberin der 2007 erschienenen Studie „Ethnische Ökonomien. Bestand und Chancen für Wien“ (siehe Enzenhofer et.al. 2007).

Mit dem Ziel, der zugewanderten Wiener Bevölkerung gleiche Teilhabechancen am gesellschaftlichen Leben zu ermöglichen, werden verschiedene Projekte und Integrationsmaßnahmen, wie die Förderung von Sprachkursen oder die Initiierung von Nachbarschaftstreffen und Grätzelfesten, durchgeführt. Außerdem werden Projekte und Initiativen von juristischen Personen und gemeinnützigen Vereinen, die zur Integration beitragen, finanziell gefördert. Die vier Regionalstellen der MA 17, denen jeweils bestimmte Bezirke zugeordnet sind, dienen der Wiener Bevölkerung als Anlaufstellen für Fragen und Vorschläge, wie das Zusammenleben verbessert werden kann. In Hinblick auf die Migrantenökonomie ist gerade die lokale Vernetzung der Regionalstellen mit Vereinen und Geschäftslokalen von Zuwanderern von Interesse (vgl. Stadt Wien – MA 17b).

Mit dem schon erwähnten Integrations- und Diversitätsmonitor, den die MA 17 im Jahr 2012 zum zweiten Mal herausgegeben hat <sup>56</sup>, wird versucht den gesellschaftlichen Integrationsstand und das magistratsinterne Diversitätsmanagement in neun Handlungsbereichen zu messen und Herausforderungen für die Integrations- und Diversitätspolitik sichtbar zu machen. Er soll der Stadt Wien als Entscheidungsgrundlage für Maßnahmen und Strategien dienen, welche sie in ihrem Wirkungsbereich umsetzen kann (vgl. Stadt Wien - MA 17 2012: 20). Während im aktuellen Monitor nicht explizit auf die selbstständige Erwerbstätigkeit von UnternehmerInnen mit Migrationshintergrund Bezug genommen wird, wird in dem 2010 erschienenen Bericht die Bedeutung der wirtschaftlichen Leistung durchaus hervorgehoben: „UnternehmerInnen mit Migrationshintergrund werden heute als Bereicherung für die Wiener Wirtschaft gesehen, die nicht nur innovative Produkte und Dienstleistungen entwickeln,

---

<sup>56</sup> Mittlerweile wurde auch der dritte Integrations- und Diversitätsmonitor veröffentlicht, der in dieser Arbeit jedoch noch nicht berücksichtigt wird.

sondern durch ihre familiär sowie geschäftsbedingten internationalen Vernetzungen zu BotschafterInnen der Wiener Wirtschaft auf anderen Märkten werden.“ (Antalovsky et.al. 2010: 109). Als Herausforderung wird dabei u.a. die Eruiierung der Bedürfnislagen von migrantischen UnternehmerInnen angesehen, um maßgeschneiderte Unterstützungsangebote entwickeln zu können

### **Marktamt – MA 59**

Das Marktamt übernimmt in Wien die Kontrolltätigkeiten der Einhaltung gesetzlicher Vorschriften im Lebensmittel- und Gewerbebereich und ist für die Verwaltung der Wiener Märkte zuständig (vgl. Stadt Wien – MA 59). Durch die Kontrolltätigkeiten ist das Marktamt für alle Unternehmen von Relevanz. Besondere Bedeutung für UnternehmerInnen mit Migrationshintergrund erlangt es dadurch, dass viele Märkte aufgrund der hohen Anzahl an MarktstandbetreiberInnen mit Migrationshintergrund konzentrierte Standorte der migrantischen Ökonomie sind. Da jedoch in dieser Arbeit zur Einschränkung des Forschungsfeldes die Märkte als Teilbereich der migrantischen Ökonomie nicht näher behandelt werden, wird auf das Marktamt in seiner Funktion als Marktverwalter der StandbetreiberInnen nicht ausführlicher eingegangen.

Rechtliches Instrument der Marktverwaltung stellt die Marktverordnung 2006 der Stadt Wien dar, die der bundesgesetzlichen Gewerbeordnung untergeordnet ist. Die Marktverordnung betrifft nicht nur die MarktstandbetreiberInnen, sondern auch Gastronomiebetriebe im Marktgebiet. In der Marktverordnung ist festgelegt, dass auf Marktgebiet durch die Marktverwaltung auch Einrichtungen der Gastronomie zugelassen werden können, insofern deren Anteil nicht mehr als ein Drittel der verbauten Fläche des Detailmarktes ausmacht (vgl. §6 Marktordnung 2006). So sind auf Marktgebieten, wie etwa am Yppenplatz, auch Lokale wie das ANDO und ANDO Fisch zu finden, die damit teilweise anderen Regelungen unterliegen als die benachbarten Lokale außerhalb des Marktgebietes (siehe Kap. 9.2.2).

In Hinblick auf den Umgang mit UnternehmerInnen mit Migrationshintergrund scheint auch die Bewertung des Marktamtes im Diversitätsmonitor 2011 interessant. Dabei wird Aufholbedarf im Diversitätsmanagement festgestellt: die Abteilung vermittele die Einstellung, dass die Umsetzung von Diversitätsmanagement im Widerspruch zur Gleichbehandlung aller KundInnen stehe. Dass ein gleichberechtigter Zugang zu den Dienstleistungen der Stadt aber auch einen sensiblen Umgang mit unterschiedlichen KundInnenbedürfnissen, die unter anderem aus den unterschiedlichen Herkunftskontexten entstehen können, erfordert, wird bislang im Marktamt noch wenig erkannt (vgl. Stadt Wien – MA 17 2012: 87).

### **Gewerbeangelegenheiten und rechtliche Angelegenheiten des Ernährungswesens – MA 63 & Magistratische Bezirksämter**

Je nach Standort der Gewerbeausübung sind für die verschiedenen Gewerbeverfahren die jeweiligen Magistratischen Bezirksämter zuständig. Zu solchen Verfahren zählen etwa die Gewerbebeanmeldung, die Änderung der Betriebsart im Gastgewerbe (z.B. Hotel, Restaurant, Imbissstube, Kaffeehaus, etc.), die Überprüfung von Befähigungsnachweisen oder die GeschäftsführerInnenbestellung. Für bestimmte Gewerbe ist die MA 63 selbst verantwortlich (vgl. Stadt Wien – MA 63).

Im Rahmen der Bewertung des Diversitätsmanagements wird der MA 63 zugute gehalten, dass diese hohe Kenntnisse über spezifische Bedürfnisse von KundInnen mit Migrationshintergrund und deren Leistungsanspruchnahme hat. Bemängelt wird hingegen, dass die festgestellten Bedürfnisse zu wenig Berücksichtigung in diversitätsorientierten Maßnahmen finden (vgl. Stadt Wien - MA 17 2012: 88).

### **Wirtschaftsagentur Wien**

Ziel der Wiener Wirtschaftsagentur (ehemals Wiener Wirtschaftsförderungsfonds) ist es, die Entwicklung des Wirtschaftsstandortes Wien und damit die Wettbewerbsfähigkeit zu stärken. „Unser Ziel ist die Stärkung der Wiener Unternehmen und ihrer Innovationskraft sowie die nachhaltige Modernisierung des Wirtschaftsstandortes, um seine internationale Wettbewerbsfähigkeit auszubauen.“ (Wirtschaftsagentur Wien). Ihr Aufgabenspektrum liegt in der Beratung von UnternehmerInnen, GründerInnen und InvestorInnen, Weiterbildungsangeboten und der Vergabe von Fördermitteln aus Mitteln der Stadt Wien. Migrantische UnternehmerInnen werden in der Wirtschaftsagentur

durchaus thematisiert. So hat sie im Jahr 2013 eine Studie zur wirtschaftlichen Bedeutung der „ethnischen“ Ökonomie herausgegeben.

Ebenso existiert innerhalb der Abteilung „Start-Up Services“ mit **„Migrant Enterprises“** – ein Angebot welches vormals unter dem Projekt Mingo Migrant Enterprises lief – eine eigene Anlaufstelle für MigrantInnen in der Gründungsphase, welche mehrsprachige Serviceleistungen (Gründungs- und Finanzierungsberatung, Workshops) anbietet. Damit sollen für alle WienerInnen gleiche Chancen des Zugangs zum Serviceangebot der Wirtschaftsagentur Wien geschaffen werden:

*„Die Abteilung Start-Up Services ist da, um allen Wienerinnen und Wienern die ein Unternehmen gründen wollen, Hilfestellung anzubieten, damit die Unternehmensgründung nachhaltig erfolgt und im besten Falle natürlich dann auch wachstumsorientiert erfolgt. Innerhalb dieses Angebotes differenzieren wir nicht, woher diese Person kommt und welche Sprache sie sprechen bzw. welchem Geschlecht sie angehören. Es gibt jedoch in der Frage des Zuganges schon eine Fokussierung. Wir fokussieren im Bereich der MigrantInnenökonomie, wir fokussieren im Bereich Frauen und wir fokussieren aber auch im Bereich Start-Ups“ (E6, Z 26-31).*

MigrantInnen, die das Angebot in Anspruch nehmen sind sowohl in den „klassischen“ Branchen der Migrantenökonomie wie im Handel und der Gastronomie tätig. Viele wollen sich jedoch auch im Bereich der wissensintensiveren Dienstleistungen selbstständig machen.

*„Wir haben eine sehr gesunde Durchmischung. Das ist wichtig. Es ist auch wichtig, den Einzelhandel mitzunehmen, Gastronomie mitzunehmen. Das ist absolut unser Kerngeschäft, weil es doch die Masse ist. Aber es ist auch schön immer wieder zu erleben, dass es hier Schattierungen und Nuancen gibt. Und dass auch innerhalb der klassischen Branchen bereits innovative Denksätze drinnen stecken und Diversifizierungsbemühungen drinnen stecken.“ (E6, Z 68-72)*

Gerade Personen, die in innovativeren Bereichen gründen wollen, nutzen das Serviceangebot der Wirtschaftsagentur, um gut vorbereitet zu sein. Die Migrantenökonomie zeigt sich dabei weitaus facettenreicher als sie oftmals im Straßenbild wahrgenommen wird.

*„Wir merken aber auch im Rahmen unserer Tätigkeit (...) dass hier die Nachfrage an wissensintensiveren Bereichen bzw. im Bereich Technologie natürlich steigt (...) je jünger, je besser ausgebildet die Personen sind, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass sie in den weniger üblicheren Branchen gründen. Da gehen wir Richtung wissensintensive Dienstleistungen bzw. IT, Medien, etc. (...) Natürlich ist die Masse eher im klassischen Bereich. Aber wir haben doch eine sehr beachtliche Gruppe, die immer mehr zunimmt mit innovativen Ideen zu gründen (E6, Z 59-62; Z 80-85).*

Das Beratungsangebot wird gezielt auch in die Bezirke getragen, indem gemeinsam mit den jeweiligen Volkshochschulen Workshops vor Ort organisiert werden.

Gemeinsam mit dem Wiener ArbeitnehmerInnen Förderungsfonds wurde 2000 durch die Wirtschaftsagentur das **Regionale Wirtschaftsservice** eingerichtet, welches eine dezentrale Betreuungsfunktion für Klein- und Mittelbetriebe auf Bezirksebene übernimmt. Nach Auskunft des lokalen Betreuers des 16. und 17. Bezirkes sind dort mehr als die Hälfte der KundInnen UnternehmerInnen mit Migrationshintergrund, die meisten mit türkischer Herkunft. Überwiegend handelt es sich um kleine Betriebe mit 2 bis 15 MitarbeiterInnen in den Bereichen Gastronomie und Einzelhandel. Die Aufgabenbereiche der mobilen BetreuerInnen liegen in der Information und Unterstützung bei Investitionsfragen, Informationen zu Förderungen und dem aktuellen Angebot an verfügbaren Liegenschaften. Darüber hinaus fungieren sie als Schnittstelle mit Gemeinde- und Bezirksverwaltungen (vgl. RWS). Seit 2012 gibt es das Regionale Wirtschaftsservice in dieser Form jedoch nicht mehr. Der Aufgabenbereich fällt nun in die Abteilung Business Support der Wirtschaftsagentur. Eine aufsuchende Beratung ist aktuelle, bei großen Einzugsgebieten bzw. mehreren Betreuungsgebieten, nicht mehr möglich, wie der neben anderen Bezirken für den 10. Bezirk zuständige Betreuer anmerkt. Beratungen finden dann nur mehr nach Terminvereinbarungen statt.

Mit dem **Grätzelmanagement** der Wirtschaftsagentur Wien wird versucht, durch eine Verbindung von Stadtteilarbeit und Wirtschaftsentwicklung das Unternehmertum in strukturschwachen Stadtteilen zu beleben. Die Aktivitäten richten sich auf die Unterstützung der Kleinbetriebe der lokalen Ökonomien. Als Ziele werden die „Verbesserung der wirtschaftlichen Situation, die Sicherung der Nahversorgung und die Förderung von kultureller und ökonomischer Vielfalt“ definiert. Ein Schwerpunkt liegt dabei auf den Wiener Märkten. Das Grätzelmanagement wurde im 2./20., 10., 15. und 16. Bezirk eingerichtet (vgl. Wirtschaftsagentur Wien b; Antalovsky et.al 2010: 116).

### **Wiener ArbeitnehmerInnen Förderungsfonds**

Der waff fördert ArbeitnehmerInnen in ihrer Aus- und Weiterbildung, unterstützt Wiener Unternehmen bei der Suche nach qualifiziertem Personal und übernimmt eine koordinierende Rolle in der Wiener Arbeitsmarktpolitik.

Eine Schnittstelle mit der Wirtschaftsagentur aber auch anderen Institutionen stellt die Veranstaltungsreihe **Unternehmen Interkult** dar, die durch den waff im Rahmen des „territorialen Beschäftigungspaktes Wien<sup>57</sup>“ geschaffen wurde. Auf Bezirksebene sollen durch Informationsveranstaltungen die Förder- und Beratungsangebote für Unternehmen – und speziell für UnternehmerInnen mit Migrationshintergrund – besser bekannt gemacht werden. Als Hintergrund dafür nennt Geschäftsführer Fritz Meißl das große Wachstums- und Beschäftigungspotential migrantischer UnternehmerInnen, alle voran in der Lehrlingsausbildung. Dieses gilt es zu unterstützen, wie beispielsweise durch die Förderung mehrsprachiger LehrstellenberaterInnen in der Wirtschaftskammer (vgl. RK 2008). Die Integrationssprecherin der SPÖ, Nurten Yilmaz, nennt als weiteres Ziel des Projektes die Vernetzung der UnternehmerInnen auf Bezirksebene, sowie den Kontaktaufbau und die Kontaktpflege zu den BezirksvorsteherInnen (vgl. SPÖ-Klub Rathaus 2009).

### **Wiener Wirtschaftskammer**

Die Wirtschaftskammer Wien ist die politische Interessenvertretung der Wiener Unternehmen. Mitglieder sind alle UnternehmerInnen, die der Gewerbeordnung unterliegen. Neben der politischen Lobbyarbeit bietet sie für ihre Mitglieder ebenso Beratungs- und Informationsservice an (vgl. WKO 2014b).

Hinsichtlich der Lokalen Ökonomie sind das **Wiener Einkaufsstraßenmanagement** sowie das **Wiener Marktmanagement** von Bedeutung, welches die in Einkaufsstraßenvereinen organisierten Kaufleute vor allem in Marketingaktivitäten unterstützten. Ziel ist die Erhöhung der Passantenfrequenz und die Erhaltung der Nahversorgung. Die verschiedenen Einkaufsstraßen, Einkaufsgebiete und Märkte werden von eigenen EinkaufsstraßenmanagerInnen der Wirtschaftskammer betreut. Dies betrifft auch die in den Untersuchungsgebieten liegende Ottakringer Straße (Club der Unternehmen Ottakringer Straße), das Brunnenviertel, den Brunnenmarkt sowie die an die Quellenstraße angrenzende Favoritenstraße (vgl. Wiener Einkaufsstraßen).

Gezielte **Lehrstellenakquisition** in Unternehmen von Zuwanderern wurde durch LehrstellenberaterInnen der Wirtschaftskammer Wien in zwei Projektlaufphase zwischen 2007 und 2011 durchgeführt. Durch Information und Beratung über formale Erfordernisse, Förderungen und der Abklärung, welche Lehrberufe in dem jeweiligen Betrieb überhaupt möglich sind, konnten viele neue Lehrstellen in Unternehmen der Migrantenökonomie gewonnen werden (vgl. Haberfellner 2012: 104)

Ebenfalls von Relevanz ist für migrantische Unternehmen das 2009 gegründete **Diversity-Referat**, welches sich als Netzwerkknoten für Diversität entlang der Dimensionen Ethnische Ökonomie, sexuelle Orientierung, Alter, Gender, Gesundheit/Behinderung und Religion versteht. Unter dem Motto „Wertschöpfung durch Wertschätzung“ (Schäfer o.A.) bietet es zielgruppenspezifische Informationsveranstaltungen und mehrsprachige Beratungsangebote an, um der Vielfalt der UnternehmerInnen in Wien gerecht zu werden. Als wichtige Kommunikationskanäle, um den Kontakt zu migrantischen UnternehmerInnen herzustellen, werden dabei auch die Vereine bestimmter MigrantInnengruppen wahrgenommen und mit ihnen zusammen gearbeitet. Das Diversity-Referat sieht seine Aufgabe darüber hinaus in der Sensibilisierung der Öffentlichkeit über den Beitrag der migrantischen UnternehmerInnen für den Wirtschaftsstandort Wien. Zur Steigerung der öffentlichen Wertschätzung wurde daher beispielsweise die Verleihung des DiversCity Preises eingeführt oder die mit der Wirtschaftsagentur gemeinsam finanzierte Kampagne „Wiener Wirtschaft lebt Vielfalt“ durchgeführt. Die Bedeutung der migrantischen Ökonomie sieht die Wirtschaftskammer in der Sicherung der Nahversorgung, der Stärkung der Geschäftsstraßen, der Entwicklung neuer Ideen und Produkte und der Erschließung neuer Märkte durch die wirtschaftlichen Kontakte in die Herkunftsländer der jeweiligen UnternehmerInnen (vgl. ebd: 101ff).

---

<sup>57</sup> Der Territoriale Beschäftigungspakt ist eine Partnerschaft der Stadt Wien, dem waff, AMS, dem Bundessozialamt und den Sozialpartnern. Die Hauptfunktion besteht in der Koordination und Abstimmung der Arbeitsmarkt- und Beschäftigungspolitik in Wien (waff).

## Zwischenresümee

Hürden für die unternehmerische Selbstständigkeit von Zuwanderern lassen sich vor allem in den strukturellen Rahmenbedingungen auf bundesstaatlicher Ebene feststellen: die mangelnde Anerkennung von im Ausland erworbenen Qualifikationen für die Aufnahme eines Gewerbes und damit die Einschränkung in der Berufswahl, sowie das Risiko der Aufenthaltssicherheit bei nicht ausreichendem Unterhalt insofern man nicht einen Daueraufenthaltstitel oder die österreichische Staatsbürgerschaft besitzt. In der Stadt Wien hingegen ist eine zunehmende Wertschätzung der unternehmerischen Aktivität von Zuwanderern erkennbar, welche sich durch eine aktive Integrationspolitik sowie durch spezifische Serviceangebote verschiedener Einrichtungen, wie etwa der Wirtschaftsagentur Wien oder der Wirtschaftskammer Wien, zeigt. Meist wird dabei die Bedeutung von Migrantenökonomien für den internationalen Wirtschaftsstandort Wien hervorgehoben bzw. auf ihr Arbeits- und Ausbildungsplatzpotential hingewiesen. Ihr Beitrag für den Stadtteil als Bestandteil der Lokalen Ökonomie bleibt hingegen unterbeleuchtet. Auch in den strategischen Stadtentwicklungsinstrumenten, wie den Stadtentwicklungsplänen oder Strategieplan Wien, werden Migrantenökonomien wenig bis gar nicht thematisiert.

## 7. DIE EMPIRISCHE ANALYSE DER MIGRANTENÖKONOMIE ZWEIER STADTTEILE WIENS – ZUR AUSWAHL DER FALLGEBIETE

Die empirische Analyse dient dazu, dem Beitrag von Migrantenökonomien für die Stadtteilentwicklung und dem Einfluss des lokalen Kontextes auf deren Handlungsperspektiven an zwei konkreten Fallbeispielen nachzugehen. Das Brunnenviertel im 16. Wiener Gemeindebezirk sowie die Quellenstraße mit den angrenzenden Zählgebieten im 10. Wiener Gemeindebezirk werden dafür herangezogen. Kriterium der Auswahl war zum einen die relativ *hohe Konzentration von UnternehmerInnen mit Migrationshintergrund* in diesen Gebieten. Auf Bezirksebene betrachtet, lag im Jahr 2007 der Anteil an EinzelunternehmerInnen mit Migrationshintergrund im 16. Wiener Gemeindebezirk bei 40,8%, im 10. Wiener Gemeindebezirk bei 35,9%. Im Vergleich zum Wiener Durchschnitt, in dem 30% der EinzelunternehmerInnen Migrationshintergrund haben, ist der Anteil der Migrantenökonomie in diesen Bezirken damit überdurchschnittlich hoch (vgl. Enzenhofer et.al 2007: 35). Auf Basis eigener Beobachtungen sowie durch Erhebungen der Gebietsbetreuungen vor Ort, stechen innerhalb dieser Bezirke in weiterer Folge einzelne Quartiere bzw. Straßenzüge hervor, in denen die Konzentration migrantischer Betriebe in den Erdgeschosszonen besonders ausgeprägt und sichtbar im Stadtbild ist. Daher wird der Fokus im 16. Bezirk auf das Brunnenviertel mit der Ottakringer Straße und Brunnengasse, im 10. Bezirk auf die Quellenstraße gelegt.

Ausschlaggebend für die Auswahl der Stadteile war darüber hinaus, dass es sich um *Stadterneuerungsgebiete*, wie sie im Rahmen der Zuständigkeitsbereiche der Wiener Gebietsbetreuungen festgelegt wurden, handelt.<sup>58</sup> Gerade in benachteiligten Stadtgebieten ist die Förderung und Aufrechterhaltung der Lokalen Ökonomie, zu welcher ein Großteil der von MigrantInnen geführten Unternehmen zählt, von besonderer Bedeutung (siehe Kapitel 4.1). Die Ottakringer Straße, welche die nördliche Begrenzung des Brunnenviertels bildet, als auch die Quellenstraße im 10. Bezirk wurden in der Auftragsperiode 2012 – 2017 darüber hinaus als Geschäftsstraßen mit Erneuerungspriorität festgelegt.

---

<sup>58</sup> Die Gebietsbetreuungen Stadterneuerung (GB\*) sind in Wien für die „sanfte Stadterneuerung“ in baulich, sozial und/oder wirtschaftlichen Problemgebieten zuständig.

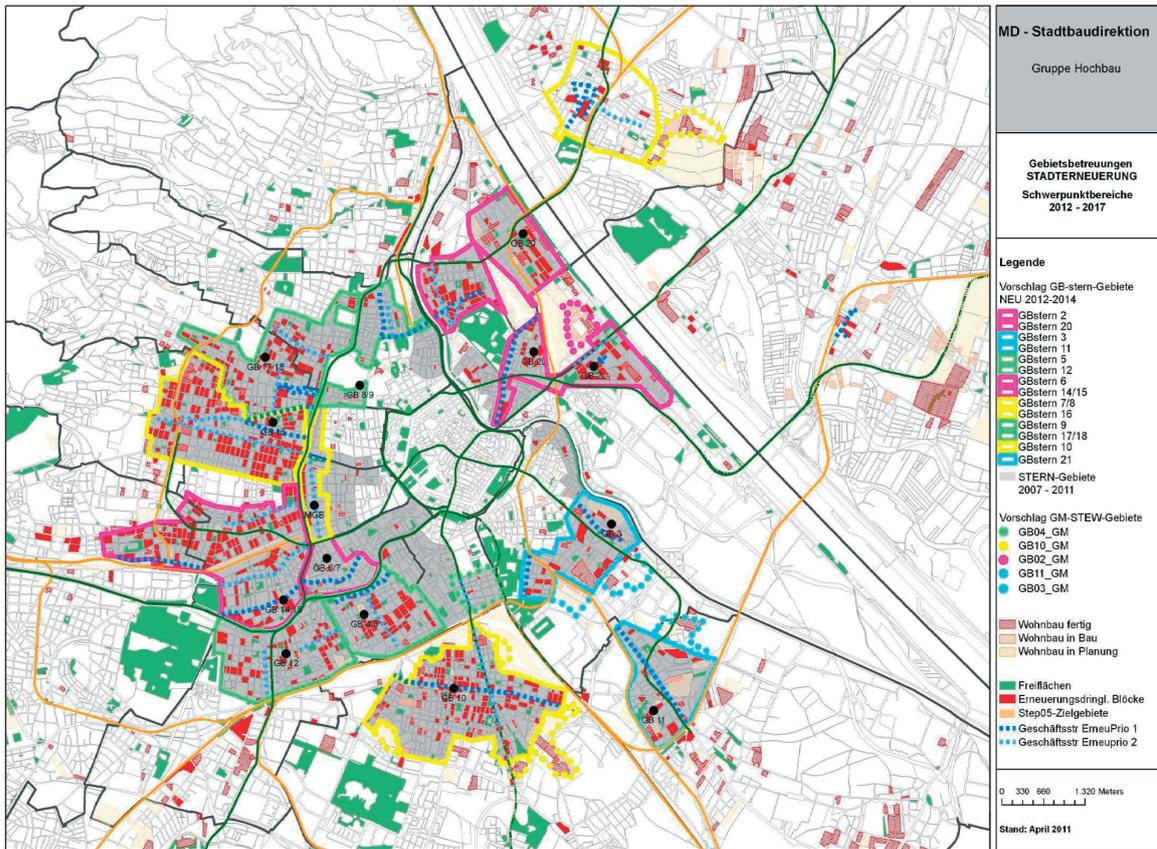


Abb. 7: Stadterneuerungsgebiete der Auftragsperiode 2012 – 2017 (Quelle: Stadtbaudirektion Wien, Gruppe Hochbau)

Die beiden Gebiete unterscheiden sich dennoch hinsichtlich ihres Status und ihrer Ausprägung als Stadterneuerungsgebiet: das Brunnenviertel war Zielgebiet verschiedener Förderprogramme, durch welche ein 10-jähriger Aufwertungsprozess vor kurzem abgeschlossen wurde. Für das Gebiet um die Quellenstraße hingegen gibt es keine speziellen Planungsstrategien und Förderungen. Dennoch steht es womöglich am Beginn eines Veränderungsprozesses, welcher durch die Entwicklungen am nahe gelegenen neuen Hauptbahnhof angestoßen wird.

## 8. FALLANALYSE INNERFAVORITEN - QUELLENSTRASSE

### 8.1 Innerfavoriten<sup>59</sup> als räumlicher Kontext der lokalen Migrantenökonomie

Zur Erfassung der ausgewählten Stadtteile als gesellschaftliche Räume werden entsprechend der räumlichen Dimensionen nach Läßle (1991) das physisch-materielle Substrat als die materielle Erscheinungsform des Raumes sowie die Kräfte, die auf den Raum wirken – die Interaktionsstrukturen, das institutionalisierte und normative Regulationssystem sowie das Image – beleuchtet. Diese Auseinandersetzung mit dem Stadtteil bildet den Hintergrund für die Analyse der qualitativen Interviews mit migrantischen UnternehmerInnen hinsichtlich der Frage, welche raumkonstitutiven Aspekte Einfluss auf ihre Handlungsperspektiven haben.

Wie schon in Kap. 5.2.1 erwähnt, wird der Stadtteil nicht einfach zur territorialen Abgrenzung herangezogen, sondern als Wirkungsfeld auf Handeln begriffen. Er stellt die Ausgangsebene dar, um Raum inhaltlich in verschiedenen Komponenten zu fassen.

#### 8.1.1 Historischer Hintergrund Favoriten

Favoriten hat sich, als einziger Bezirk Wiens, nicht aus dem Zusammenschluss alter Orte gebildet. Bis 1834 war das Areal des heutigen 10. Wiener Gemeindebezirks beinahe unbesiedelt. Den Anstoß der Entwicklung brachte die Eisenbahn bzw. der damit verbundene Bau zweier Bahnhöfe auf dem Gebiet des heutigen Bezirks, welches sich damals außerhalb des Linienwalles befand. Für den Bau der Bahnhöfe als auch in den daraufhin entstehenden Fabriken, wie den Wiener Ziegelwerken, wurden tausende ArbeiterInnen gebraucht, welche sich in der Nähe ihres Arbeitsplatzes niederließen. Insbesondere in den Ziegelwerken wurde der große Arbeitskräftebedarf durch Zuwanderer aus Böhmen und Mähren gedeckt. 1900 waren es in etwa 25% der Favoritner Bevölkerung, die Tschechisch als ihre Umgangssprache angaben. Aus den tschechischen Kronländern kamen auch Bauarbeiter, Schuster, Schneider, Tischler, Greißler und Marktstandler. Frauen waren vielfach als Köchinnen und Ammen in der Inneren Stadt beschäftigt. Die dabei entstehende Siedlung außerhalb des Linienwalls war die Keimzelle der Bezirksentwicklung. Der anfangs noch zu Wieden (4. Bezirk) gehörende Stadtteil wurde 1874 schließlich zum eigenständigen Bezirk, wobei sich die Bezirksgrenzen in den darauf folgenden Jahrzehnten immer wieder etwas veränderten. Ab 1860 siedelten sich dort weitere Industriebetriebe wie eine Chemiefabrik, eine Feigenkaffeeabrik und andere Ziegelöfen an. Vor allem durch den billigen und in Mengen vorhandenen Baugrund sowie durch die Nähe zu den Bahnhöfen und den damit verbundenen Transportmöglichkeiten, kamen immer mehr Betriebe hinzu. Neben den Zuwanderern aus Böhmen und Mähren kamen nach 1848 auch viele SlowakInnen nach Wien und siedelten sich vor allem im Bereich der heutigen Gudrunstraße an, welche damals den äußersten Siedlungsrand Favoritens mit den billigsten und schlechtesten Wohnungen bildete. Die SlowakInnen kamen damals, wie zwei Jahrhunderte davor die KroatInnen, aus Ungarn und wurden somit von den WienerInnen als „Krowodn“ bezeichnet. Das Gebiet um die Gudrunstraße war dementsprechend auch unter dem Namen „Krowodndeaff“ bekannt. Viele der SlowakInnen waren als Hausierer tätig und zogen ihre Waren und Dienstleistungen anpreisend durch die Stadt und Vorstädte. Als Rastelbinder, „Kolöfflkrowod“ und „Zwieflkrowod“ waren sie Spezialisten für viele Dinge. Durch den Bedarf an Bauarbeitern durch die rege Bautätigkeit in Favoriten ließen viele Slowaken das Hausierergewerbe sein, um auf der Baustelle zu arbeiten (vgl. Klusacek/Stimmer 2004: 9f; 71f).<sup>60</sup>

Favoriten war damit von Anfang an ein durch Zuwanderung geprägter Industrie- und Arbeiterbezirk. Die Hälfte der Wohnbevölkerung war in den dortigen Fabriken beschäftigt. Die andere Hälfte – Kleingewerbetreibende und Kaufleute – lebte wiederum von den ArbeiterInnen. Als der Arbeiterbezirk schlechthin entstanden in Favoriten auch die ersten Arbeiterbewegungen, die in der Formierung von Bildungsvereinen, Gewerkschaften und (Konsum-)

---

<sup>59</sup> Der Fokus der Analyse, sowohl hinsichtlich der Standorte der interviewten UnternehmerInnen als auch der für statistische Aussagen relevanten Zählgebiete, liegt jedoch enger als die tatsächlichen Grenzen Innerfavoritens.

<sup>60</sup> Mit „Krowodn“ wurden damals alle Personen mit slawischer Muttersprache, die aus Ungarn kamen, bezeichnet (vgl. Klusacek/Stimmer 2004:72)

Genossenschaften ihren Ausdruck fanden. Gegen die menschenunwürdigen Bedingungen der Ziegelerbeiter, welche auch als die „Sklassen am Wienerberg“ bezeichnet wurden, setzte sich vor allem der Gründer der Sozialdemokratischen Arbeiterpartei Viktor Adler ein. Die starke Arbeiterbewegung konnte kurz nach der Jahrhundertwende schon einige Erfolge, wie die Verkürzung der Arbeitszeit, die Erhöhung der Löhne und das Verbot der Kinderarbeit, verbuchen (vgl. Eschenlor 2004: 8).

Schon 1918 war Favoriten der bevölkerungsreichste Bezirk Wiens. Durch die schlechten Wohnbedingungen war es jedoch ebenso der Bezirk mit der schlechtesten Lebensqualität. Für die zunehmende Bevölkerung wurden billige Zinskasernen mit kleinen Zimmer-Küche-Wohnungen und Wasser und Toilette am Gang errichtet. Trotz der dichten Wohnraumbelegung war nicht genügend Wohnraum für alle da. So wurden in vielen Wohnungen – auch zur Aufbesserung des geringen Lohnes – Betten stundenweise an die sogenannten Bettgeher vermietet. In der Zwischenkriegszeit begann die Gemeinde Wien Wohnhausanlagen zu errichten, wodurch die Wohnverhältnisse entscheidend verbessert wurden. So finden sich heute in Favoriten mehrere bekannte Bauten des sozialen Wohnbaus, wie der Viktor-Adler-Hof oder George-Washington-Hof. Nach dem zweiten Weltkrieg, in dem beinahe zwei Drittel der Gebäude in Favoriten zerstört oder beschädigt wurden, entstanden einige große Wohnprojekte, wie etwa die Per-Albin-Hansson-Siedlung (vgl. Bezirksmuseum).

Die weitere Entwicklung Favoritens wird abermals durch den (Um-) Bau eines Bahnhofes, den neuen Hauptbahnhof Wiens, beeinflusst werden. Dieser Einfluss beschränkt sich nicht auf die Errichtung neuer Stadtteile direkt um den Bahnhof, sondern stößt auch in den bestehenden Stadtteilen Veränderungsprozesse an, die womöglich eine Wende in der Geschichte des einstigen Arbeiterbezirkes bedeuten.

### **8.1.2 Das materiell-physische Substrat der Quellenstraße**

#### **Lage und Anbindung**

Die Quellenstraße befindet sich in Favoriten, dem 10. Wiener Gemeindebezirk, im Süden Wiens. Favoriten wird durch die Gürtelstraße, welche auf dem Gebiet des ehemaligen Linienwalls verläuft, von den inneren Bezirken abgetrennt. Der sich eher in Randlage befindende Bezirk Wiens erfährt durch den Bau und die Inbetriebnahme des neuen Hauptbahnhofes eine andere Bedeutung. Durch diesen wichtigen Verkehrsknotenpunkt rückt Favoriten innerhalb des Wiener Stadtgefüges in eine zentralere Lage. Die Gebietsbetreuung Stadterneuerung im 10. Bezirk weist jedoch auch darauf hin, dass sich bei fehlender Anbindung an die neuen Stadtentwicklungsgebiete rund um den Hauptbahnhof die Gefahr ergibt, dass vor allem der westliche Abschnitt der Quellenstraße, auf welchen sich die empirische Untersuchung konzentriert, zunehmend in Randlage gerät (vgl. GB\*10 2014: 7).

Im Gegensatz zu anderen Hauptverbindungen des Bezirkes ist die Quellenstraße weniger Durchzugsstraße für den motorisierten Individualverkehr als sie Verteilungsfunktion übernimmt, wodurch die Verkehrsbelastung vergleichsweise gering ist (vgl. ebd.: 8). Das Gebiet um die Quellenstraße ist durch verschiedene öffentliche Verkehrsmittel gut erschlossen. Auf der Quellenstraße selbst verläuft die stark frequentierte Straßenbahn Nr. 6, welche eine Verbindung zwischen 7. und 11. Bezirk herstellt. Die Straßenbahnlinie O auf der Laxenburgerstraße erstreckt sich zwischen Praterstern über den 3. Bezirk nach Favoriten. Guten Anschluss bietet die ebenso die parallel zur Favoritenstraße verlaufende U-Bahn Linie 1.



Abb. 8: Lage und Anbindung des Analysegebiets Quellenstraße (Kartengrundlage Basemap.at, eigene Bearbeitung)

### Bausubstanz & Straßenraum

Die Gebäude entlang der Quellenstraße stammen zu einem Großteil aus der Gründerzeit zwischen 1848 und 1918 und sind als dichte Blockrandbebauung angelegt. Im Gebiet weiter südlich sind auch viele Gemeindebauten aus den Jahren nach 1945 anzufinden, die als Superblocks mit großzügigen Höfen aufwarten oder als Zeilen angeordnet sind. Vor allem um den Reumannplatz kam es im Laufe des zweiten Weltkriegs zu vielen Kriegsschäden, wodurch einige der dortigen Blockrandgebäude aus der Zeit des Wiederaufbaus nach 1945 stammen.<sup>61</sup>

Die Quellenstraße zeichnet sich durch einen relativ großzügigen Straßenquerschnitt mit breiten Gehsteigen aus. Einige Straßenabschnitte werden durch ein- oder beidseitige Alleebepflanzung begleitet. Entlang der über drei Kilometer langen Straße finden sich in Kreuzungsbereichen Platzsituationen, deren Potential durch die mangelnde Gestaltungsqualität bislang jedoch nicht ausgenutzt wird. Im Analysegebiet befinden sich der Quellenplatz sowie der Reumannplatz. Der Quellenplatz an der Kreuzung Quellenstraße/Laxenburgerstraße ist als Schnittpunkt der beiden Straßenbahnlinien und der stark befahrenen Laxenburger Straße sehr verkehrsdominiert. Die Schnittstelle zwischen Favoritenstraße und Quellenstraße mit dem daran anschließenden Reumannplatz stellt sowohl das Zentrum des 10. Bezirkes als auch der Quellenstraße dar. Durch die Funktion als Verkehrsknotenpunkt und die Fußgängerzone der Favoritenstraße ist in diesem Abschnitt eine sehr hohe PassantInnenfrequenz zu verzeichnen.

### Wirtschaftsstruktur

Die Favoritenstraße stellt die Hauptgeschäftsstraße des 10. Bezirkes dar. Sie wurde im Zuge der Bauarbeiten für die U-Bahnlinie U1 als Fußgängerzone ausgestaltet. Am Reumannplatz kreuzt sie die Quellenstraße, welche neben der Favoritenstraße die meisten Einkaufsmöglichkeiten in Favoriten bietet. Im Stadtstrukturplan ist der zwischen Quellenplatz und Reumannplatz gelegene Abschnitt der Quellenstraße als Geschäftsstraße 2. Ordnung ausgewiesen, während die davon westlich bzw. östlich liegenden Teile als Geschäftsstraße 3. Ordnung kategorisiert werden.<sup>62</sup>

<sup>61</sup> siehe dazu den online abrufbaren Themenstadtplan Kulturgut unter <https://www.wien.gv.at/kulturportal/public/>

<sup>62</sup> Der Stadtstrukturplan, welcher als planliche Darstellung die stadträumliche Situation abbildet, kategorisiert Straßenzüge, in denen über 80% der Sockelzone sowie das 1. Obergeschoss von Geschäften/Dienstleistungsbetrieben genutzt werden, als

Im Gegensatz zur Favoritenstraße, in der größtenteils Filialen nationaler und internationaler Ketten angesiedelt sind, zeichnet sich die Quellenstraße durch die vielen Klein- und Mittelbetriebe aus. In den letzten 10 bis 20 Jahren sind es vor allem Unternehmen, die von Personen mit Migrationshintergrund geführt werden, welche die Straße am Leben erhalten. Im Rahmen ihres Tätigkeitsbereiches bemüht sich die Gebietsbetreuung im 10. Bezirk darum, die Wahrnehmung der Qualitäten der Quellenstraße zu schärfen und einen Imagewandel anzustoßen. Als Ausgangspunkt für weitere Projekte wurde 2011 eine Strukturerhebung der Migrantenökonomie in der Quellenstraße durchgeführt, auf die sich die folgenden Angaben beziehen (vgl. GB\* 10 2014: 14 - 18). In der Erhebung wurde die gesamte Quellenstraße miteinbezogen.

Insgesamt befinden sich auf der Quellenstraße über 200 Geschäfte. Zum Erhebungszeitpunkt belief sich mit drei leeren Geschäften die Leerstandquote auf 1,5%. Die dominanten Branchen der Straße stellen spezifische Fachgeschäfte und die Gastronomie dar. Viele Geschäfte sind ebenso den Bereichen Bekleidung und sonstige Dienstleistungen zuzuordnen. Lebensmittelgeschäfte sind zu einem relativ geringen Anteil vorhanden, was vermutlich auf den verstärkten Einzug von Filialen großer Supermarktketten zurück zu führen ist. Gerade im westlichen Teil der Quellenstraße treten diese konzentriert auf. Auffallend im Branchenspektrum der Quellenstraße ist die hohe Anzahl an Friseuren (18 Geschäfte), aber auch die geringe Anzahl an Wettlokalen (4 Geschäfte) und Handyshops (7 Geschäfte), Branchen die oftmals mit strukturschwachen Einkaufsstraßen in Verbindung gebracht werden. Die Geschäftsstruktur ist relativ jung: rund 50% der Betriebe wurden ab dem Jahr 2002 eröffnet.

Mehr als die Hälfte der UnternehmerInnen weißt einen Migrationshintergrund auf. Der Großteil (41%) hat türkischen Herkunftshintergrund. Die restlichen UnternehmerInnen stammen aus den Nachfolgestaaten Ex-Jugoslawiens sowie aus dem afrikanischen und asiatischen Raum. Türkischstämmige Gewerbetreibende sind in allen Branchen relativ gleichmäßig vertreten, während UnternehmerInnen aus Ländern des ehemaligen Jugoslawiens zu 55% in der Gastronomie tätig sind.

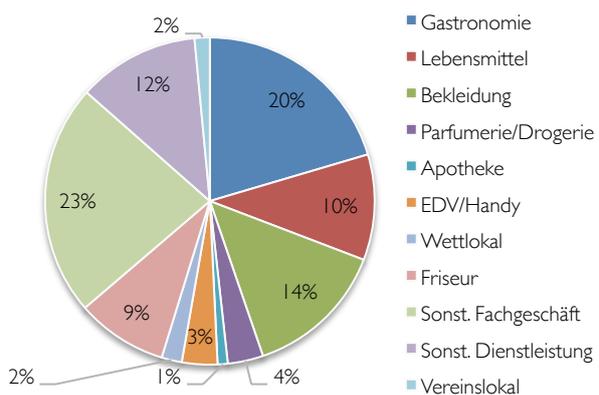


Abb. 9: Branchenstruktur Quellenstraße 2011 (Quelle: GB\* 10 2014)

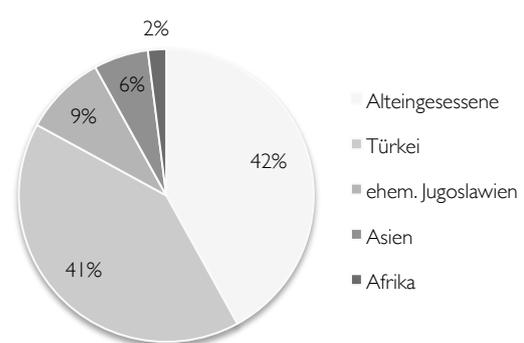


Abb. 10: Herkunftshintergrund Geschäftsleute Quellenstraße (Quelle: GB\* 10 2014)

Abseits der vorhandenen Filialen von Billa, Lidl, Spar und Zielpunkt dominieren in der Quellenstraße Kleinbetriebe, wie sie für die Migrantenökonomie typisch sind (siehe auch Kapitel 6.2). Dies lässt sich an der MitarbeiterInnenstruktur ablesen: ein Drittel der Betriebe verfügt über zwei Angestellte, in ca. 20% der Betriebe ist eine Person beschäftigt, in 16% der Betriebe finden drei Personen eine Anstellung.

Noch vor der Bezirksgründung etablierte sich am Columbusplatz ein Bauernmarkt. Dieser gewann mit der rasanten Bevölkerungsentwicklung immer mehr an Bedeutung. Da schließlich der Platz für die wachsende Anzahl an

---

Geschäftsstraßen 1. Ordnung. Bei Geschäftsstraßen 2. Ordnung werden über 80% der Sockelzone, bei Geschäftsstraßen 3. Ordnung über 50% der Sockelzone gewerblich genutzt (vgl. Stadt Wien: <http://www.wien.gv.at/kultur/kulturgut/architektur/stadtstrukturplan.html>)

Marktständen nicht mehr ausreichte, wurde 1877 am heutigen Viktor-Adler Platz ein zweiter Markt eröffnet. Nach und nach übersiedelten letztendlich alle Marktstandler auf den neuen Standort (vgl. Klusacek/Stimmer 2004: 83). Der Markt verfügt heute über 81 Marktstände. In der Leibnizgasse, welche den Viktor-Adler-Platz und die Quellenstraße verbindet, wird – außer sonntags – täglich ein Bauernmarkt abgehalten, dessen besonderer Charakter sich nicht zuletzt durch die lauten MarktschreierInnen auszeichnet.<sup>63</sup> Laut Auskunft des ehemaligen Marktambtreuers des Viktor-Adler Marktes lebt der Markt vordergründig vom Bauernmarkt. Sobald dieser um 13.00 Uhr schließt, sei auch an den am Viktor-Adler Platz liegenden Marktständen ein enormer KundInneneinbruch beobachtbar.

### Sozialstrukturelle Merkmale der lokalen Wohnbevölkerung

Ausgehend von der raumtheoretischen Annahme, dass der Mensch Teil des Raumes ist, wird im Folgenden die Wohnbevölkerung des Analysegebietes nach verschiedenen soziodemographischen (Alter, Herkunft) und sozioökonomischen (Arbeitslosenquote, Kaufkraft, Bildung) Merkmalen charakterisiert. Primär werden dazu statistische Daten auf Zählgebieteebene<sup>64</sup> herangezogen, wobei sich die Analyse auf fünf Zählgebiete entlang der Quellenstraße bezieht.<sup>65</sup> Jene Daten, die nicht auf Zählgebieteebene zur Verfügung stehen, werden auf Bezirksebene betrachtet.

Von den 57.307 in den berücksichtigten Zählgebieten lebenden Personen sind 70,4% zwischen 15 und 64 Jahre alt. Der Anteil dieser als im erwerbsfähigen Alter charakterisierbaren Gruppe liegt damit etwas höher als im Wiener Durchschnitt mit 68,7% (vgl. Statistik Austria 2014). Kinder und Jugendliche unter 15 Jahren sind im Analysegebiet im Vergleich zu Gesamt Wien stärker vertreten, während der Anteil der über 64 Jährigen etwas niedriger als im Wiener Durchschnitt ist.

Altersgruppe	Anzahl Personen	Anteil	Wiener Durchschnitt
Unter 15 Jahre	9115	15,9%	14,3%
15 bis 64 Jahre	40327	70,4%	68,7%
Über 64 Jahre	7865	13,7%	17%

Tab.9: Altersgruppen Wohnbevölkerung Analysegebiet Quellenstraße (Quelle: Statistik Austria, POBREG, Stichtag 1.1.2014)

Über die Hälfte der Wohnbevölkerung (54%) des Analysegebiets weist einen Migrationsbezug<sup>66</sup> auf, bei weitem mehr als im Wiener Durchschnitt mit 36%. Nach Herkunftsland differenziert betrachtet, sind Zuwanderer aus Serbien und Montenegro (11%) am stärksten vertreten, gefolgt von Personen aus der Türkei (9%). Deren Anteile an der Wohnbevölkerung des Analysegebietes liegen über jenen Gesamt Wiens (6% und 4%). Der weitaus höhere Anteil an türkischen als an ex-jugoslawischen UnternehmerInnen an der Quellenstraße zeigt, dass nicht die Wohnbevölkerung bzw. die Anteile der eigenen Herkunftsgruppe alleine ausschlaggebend für die hohe Konzentration von UnternehmerInnen bestimmter Herkunftsländer sind, wie es das Nischenmodell suggerieren würde. Auch andere Faktoren, wie etwa die gute Vernetzung türkischer UnternehmerInnen, auf die im Ressourcenmodell mit „ethnischen Ressourcen“ Bezug genommen wird, spielen dabei eine Rolle.

<sup>63</sup> <http://dastandard.at/1339639629727/Aus-vollem-Hals>

<sup>64</sup> Die Analyse der Sozialstruktur der Wohnbevölkerung erstreckt sich über die Zählgebiete 1004, 1005, 1006, 1007 und 1022, wie sie in Abb.7 als Luftbildarstellung hervorgehoben sind.

<sup>65</sup> Die statistischen Daten auf Zählgebieteebene wurden von Mag. Christian Fendt der MA 23 (Wirtschaft, Arbeit, Statistik) zur Verfügung gestellt. Statistische Daten auf Bezirksebene entstammen dem Statistischen Jahrbuch Wien 2013.

<sup>66</sup> In der Statistik zum Migrationshintergrund auf Zählgebieteebene, wie sie von der MA 23 bereit gestellt wird, werden Personen die entweder nicht die österreichische Staatsbürgerschaft besitzen oder außerhalb Österreichs geboren wurden, als Personen mit Migrationshintergrund klassifiziert (vgl. Stadt Wien 2014). Damit wird jener Teil der 2. Generation nicht berücksichtigt, welcher bereits im Besitz der österreichischen Staatsbürgerschaft ist.

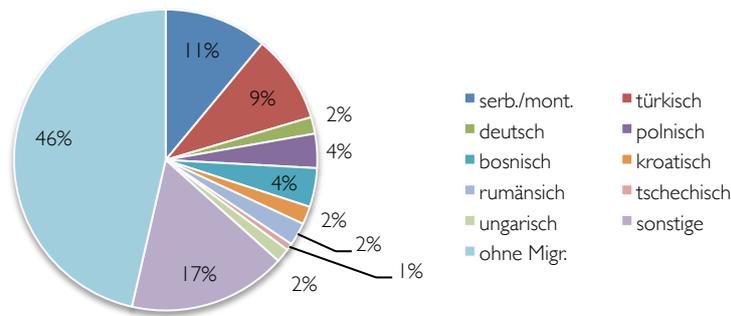


Abb. 11: Wohnbevölkerung Analysegebiet Quellenstraße nach Migrationshintergrund (Quelle: Stadt Wien, MA 23, Stichtag 1.1.2014)

Die lokale Arbeitslosenquote in den berücksichtigten Zählgebieten liegt mit 12,7%<sup>67</sup> über dem Wiener Durchschnitt (9,2%) als auch über dem Bezirksdurchschnitt (11,5%). Die höhere Arbeitslosenquote im Bezirk spiegelt sich wohl auch in der realen Kaufkraft wider. Aus einer Studie zur Kaufkraft<sup>68</sup> nach Bezirken wird deutlich, dass es diesbezüglich erhebliche Unterschiede innerhalb Wiens gibt. Das Einkommensniveau der Favoritner Wohnbevölkerung liegt dabei deutlich unter dem Wiener Durchschnitt. Nach Rängen, in Bezug auf die Reale Kaufkraft (Stand 2008) geordnet, nimmt Favoriten den 19. Rang innerhalb der 23 Bezirke ein (vgl. OGM 2009: 169).

Sozioökonomische Einblicke in die Struktur der Wohnbevölkerung gewähren auch die Daten zur höchsten abgeschlossenen Bildungseinrichtung. Jeweils etwa ein Drittel der Wohnbevölkerung verfügt über einen Pflichtschulabschluss oder eine Lehre bzw. einen BMS (Berufsbildende Mittlere Schule) Abschluss. Eine Matura haben 12%, einen Hochschulabschluss 9%.

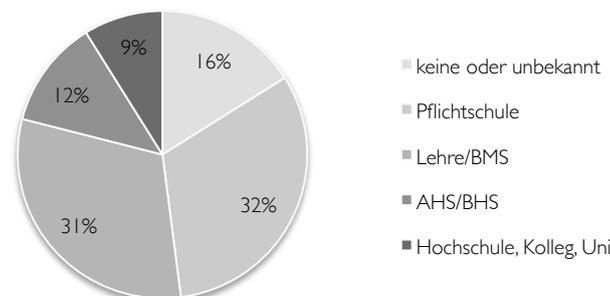


Abb. 12: Höchste abgeschlossene Ausbildung Wohnbevölkerung Analysegebiet Quellenstraße (Quelle: Stadt Wien - MA 23, Daten Registerzählung 2011)

Wenn auch die Bevölkerung des 10. Bezirkes bzw. des Gebietes um die Quellenstraße hinsichtlich des Herkunftslandes durchaus heterogen erscheint, erweist sich die Bevölkerungsstruktur nach sozioökonomischen Merkmalen, wie dem Einkommensniveau, als relativ homogen.

*„(...) wenn man es mit dem 16. Bezirk oder Westgürtelbezirken, also Gegenden mit hohem Ausländeranteil, vergleicht (...) es fehlt hier eine gewisse Breite. Ziemlich stark merke ich z.B. die Abwesenheit von höher gebildeten studentischen Bevölkerungsgruppen. Das ist spürbar, das merkt man an der Infrastruktur, die hier ist. Wenn wir hier Studenten haben die was machen und sie fragen, wo geht man hier was trinken, und das ist ein 200.000 Einwohnerbezirk, kann ich fast nur empfehlen U1, und überall sonst hin, hier schwierig. Außer man will sich wirklich in ganz erdige Lokale begeben. Also das ist schon ein großer Unterschied zu anderen Teilen Wiens, die sonst in der Struktur her ähnlich sind.“ (E2, GB\*10, Z 230-235)*

<sup>67</sup> Quelle MA 23, Daten: Registerzählung 2011 und Berechnung MA 23

<sup>68</sup> Für die Berechnung der Kaufkraft privater Haushalte berücksichtigt die Studie alle Einkommen aus unselbstständiger und selbstständiger Erwerbstätigkeit, Pensionen, Transferleistungen und schattenwirtschaftliche Einkommen. Diese werden dem regionalen Preisniveau und den unterschiedlichen Lebenserhaltungskosten gegenübergestellt, wodurch sich die reale preisbereinigte Kaufkraft ergibt (vgl. OGM 2009: 2).

### 8.1.3 Gesellschaftliche Interaktions- und Handlungsstrukturen Innerfavoriten

Auf Basis der ExpertInneninterviews und anhand von Arbeitsberichten wird versucht ein Bild der lokalen Interaktionsstruktur zu zeichnen. Dies vollzieht sich entlang der Fragen, wie die Menschen im Stadtteil interagieren, wie das Zusammenleben funktioniert und welche Institutionen Interaktionsstrukturen beeinflussen bzw. fördern.

In Favoriten, einem durch einen relativ hohen MigrantInnenanteil geprägten Bezirk, ist das Barrieredenken zwischen Personen verschiedener Herkunft noch ziemlich ausgeprägt. Die Keimzelle eines solchen Barrieredenkens liegt nicht zuletzt in einer tatsächlichen oder gefühlten Benachteiligung bestimmter Bevölkerungsgruppen. Teile der Favoritner Bevölkerung, die der weiteren Zuwanderung skeptisch gesinnt sind, aber auch jene, die sich auf andere Weise benachteiligt fühlen, scheinen geeignetes Klientel der FPÖ (Freiheitliche Partei Österreich) zu sein, welche regelmäßig am Viktor-Adler Markt ihre Wahlkampagnen abhält. Sowohl unter Personen mit als auch ohne Migrationshintergrund verzeichnet die FPÖ, die Zuwanderung mit Problemen wie Arbeitslosigkeit oder Kriminalität in Verbindung bringt, überdurchschnittliche Stimmanteile im Bezirk.<sup>69</sup>

Nicht selten ist die Gebietsbetreuung mit ausländerfeindlichen Aussagen konfrontiert, die in alltäglichen Gesprächen zum Ausdruck kommen:

*„Es gibt halt immer noch diese sehr klassischen ausländerfeindlichen Aussagen. Wie z.B. da war ich am Abend Essen im Lokal "Zu den zwei Lausern" (gegenüber der GB\* in der Quellenstraße, C.A). Da war der Schanigarten total voll und ich meinte, es ist ja echt super hier zu sitzen und er: "ja, aber es sind halt so viele Türken da. Es wäre ja schon so schön, aber ...". Es kommt dann immer so mit einer Selbstverständlichkeit daher. Und so quasi, nur dass sie da sind, verschandelt schon die Atmosphäre, das Stadtbild. Es gibt sicher einfach die Gruppe, die das extrem problematisch sieht.“ (E1, GB\*10, Z 467-471)*

Im Zusammenhang mit der hohen Bevölkerungsdichte des Bezirkes entstehen Nachbarschaftskonflikte häufig in Bezug auf die Nutzung der Freiräume, wobei sich diese Konflikte sowohl zwischen den Generationen als auch zwischen Personen unterschiedlicher Herkunft aufspannen.

*„Da gibts natürlich immer die Beschwerden über die Ausländerfamilien, die so viele Kinder haben (...) also in den Freiräumen hat man die Konflikte sehr stark, da schon. Dass sie am Abend lange draußen sind. Da gibts immer die Vorstellung, dass man eigentlich um 20.00 Uhr oder so nach Hause gehen soll. Ich teile diese Vorstellung als Österreicherin jetzt auch nicht, aber das sind halt so klassische Konfliktpunkte. In den Freiräumen mischen sich die Konflikte zwischen Jung und Alt und alteingesessenen Österreichern und jungen Immigranten, die die Plätze da besetzen und anscheinend "oag" sind oder so. Die sind halt draußen, sind laut, spielen Fußball. Die Klage darüber, dass die StraÙe komplett "vertürkt".“ (E1, GB\*10, Z 483-488)*

Andererseits zeigten sich jedoch auch Tendenzen eines konfliktfreien Nebeneinanderlebens, was die Gebietsbetreuung mit der langen Tradition als Zuwandererbezirk begründet.

*„Generell hab ich das Gefühl, es hat abgenommen, weil die Leute die da wohnen, immer noch da wohnen, das eh so akzeptieren und (...) Wie in der Kreta hinten, die immer schon sehr stark migrantisch ist, da gibts kaum Nachbarschaftskonflikte. Weil die Leute, die dort immer schon wohnen, die leben dort und akzeptieren das so. Es ist dann wirklich so viel Ausländerbezirk, dass es wenige Österreicher gibt, die sich aufregen. Ich glaube, das ist im Abnehmen.“ (E1, GB\*10, Z 473-476)*

Auf die Förderung von Kommunikationsstrukturen zielen Lokale Agenda 21 Prozesse<sup>70</sup> ab. Seit 2013 ist in Favoriten ein Lokale Agenda Büro angesiedelt, welches die Bildung von Arbeitsgruppen aus BezirksbewohnerInnen zu verschiedenen Themen hinsichtlich der Lebensqualität im Stadtteil unterstützt. Unter anderem formierte sich dabei eine Gruppe, die speziell den interkulturellen Dialog im Bezirk ankurbeln will (Lokale Agenda 21 Favoriten 2014).

Wesentlichen Beitrag für das Zusammenleben im Stadtteil leistet die Gebietsbetreuung Stadterneuerung. Gerade in Bezug auf die Quellenstraße und auf die unterschiedlichen Wahrnehmungen der Straße innerhalb der Bevölkerung, versucht sie einen Austausch dieser Wahrnehmungen und Bilder anzustoßen und damit auch die Leute selbst näher zusammen zu bringen. Unter dem Titel „Kosmos Quellenstraße“ werden dazu in regelmäßigen Abständen thematische Touren angeboten, um die Quellenstraße aus neuen Blickwinkeln zu betrachten und die Identifikation

<sup>69</sup> Bei der Bezirksvertretungswahl 2010 erhielt die FPÖ 33,3% der Stimmen.

<sup>70</sup> Das Lokale Agenda 21 Programm ist Teil der „Agenda 21“, welche 1991 auf einer UN-Klimakonferenz festgesetzt wurde. In der LA 21 werden Gemeinden aufgefordert, zu einer nachhaltigen Entwicklung unter Einbezug der BürgerInnen beizutragen. In Wien wurden dafür in mehreren Bezirken LA 21 Büros eingerichtet, die BewohnerInnen dabei unterstützen Projekte für den Stadtteil zu entwickeln (vgl. BMLFUW 2013).

mit der Straße anzuregen. Zwei Touren – „Handel im Wandel“ und „Die goldene Meile im Zehnten“ – bezogen sich explizit auf die migrantische Unternehmenslandschaft. Da sich diese entgegen häufig verbreiteten Meinungen bei weitem nicht auf Handyläden oder Imbissstände beschränkt, wurde bei der letzten Tour der Fokus auf Juweliere, glamouröse Modegeschäfte, exquisite Konditoreien u.ä. gelegt.

*„Also ein Ansatz, wie wir dieses Projekt weiter verfolgen, ist, dass wir nach möglichst vielen Aspekten diese Straße zum Thema machen. Gar nicht so unbedingt für die Außenwirkung, sondern vor allem die Innenwirkung. Dass die Leute, die hier relativ bezugslos nebeneinander agieren, ein Gefühl von, wir sind die Quellenstraße, entwickeln.“ (E2, GB\*19, Z 20-24)*

Vor allem innerhalb der Geschäftsleute gibt es sehr unterschiedliche Wahrnehmungen der Quellenstraße, die ein gemeinsames Agieren als Kaufmannschaft behindern. Während viele der österreichischen Kaufleute die unternehmerischen Aktivitäten von MigrantInnen wenig wert schätzen bzw. gar nicht anerkennen und die Quellenstraße dem Untergang geweiht sehen, wird von migrantischen Selbstständigen häufig die Lebendigkeit der Straße hervorgehoben.

*„Das ist nicht Nichts. Das ist einfach schon die höchste Form der Ignoranz. Wenn man sagt, "da sind ja nur mehr Ausländer" ist das immerhin eine Anerkennung von dem, was hier ist. Aber wenn man sagt, "da ist nichts mehr", so in der Art, nichts mit dem es wert wäre, was zu machen, da kann man gar nichts machen. Also die österreichischen Geschäftsleute, die sind die ärgsten. Da gibt es wenige, die die migrantischen Kaufleute als adäquate Partner, mit denen sie auch gemeinsame Stadtteilaktivitäten machen würden, betrachten. Das ist eher so, "da ist niemand mehr, mit dem ich noch was machen kann". Das ist was, was wir jetzt immer wieder versuchen zu thematisieren. Und dann schon auch das eigene Bild, das die Migranten von sich haben, zu kommunizieren. Weil die sehen das wieder ganz anders. Die finden, das ist eine super Straße, die alle Stücke spielt. Die Aussagen kann man genauso haben. "Da hab ich alles" Da ist nicht nichts, da hab ich alles. Und die haben teilweise im 2. Bezirk gewohnt, und da ist es so fad und hier gehst du auf die Straße und ist so viel los". Das sind ganz andere Wahrnehmungen. Da gibts wirklich einen Schnitt, keinen Austausch von solchen Bildern“ (E1, GB\*10, Z 280; Z 290-299).*

Damit verbunden ist ein ausgeprägtes Barrieredenken zwischen den alteingesessenen und zugewanderten Kaufleuten, welches eine Vernetzung schwierig macht. Dennoch sieht die Gebietsbetreuung die UnternehmerInnen „am Sprung zu einem neuen Selbstverständnis.“ (E1, GB\*10, Z 442-444)

Einen wichtigen Beitrag für das Zusammenleben im Quartier leistet auch die Arbeit der ansässigen Jugendzentren. Die mobile Jugendbetreuung von Back on Stage 10, einem Verein der Wiener Jugendzentren, konzentriert sich auf Jugendliche im öffentlichen Raum und steht diesen für Fragen und zum Austausch zur Verfügung. Die Zielgruppe stammt vorwiegend aus sozial benachteiligten Familien. Als Problemlagen der Jugendlichen in Innerfavoriten identifiziert Back on Stage vordergründig die Perspektivlosigkeit in Bezug auf Berufswünsche, Arbeitsangebot und Lehrstellen. Konflikte zwischen verschiedenen Jugendgruppen entstehen häufig in der Aneignung der öffentlichen Räume, wodurch Austausch und Begegnungschancen erschwert werden. Back on Stage stellt ebenso ein Sprachrohr für die Jugendlichen dar, wodurch auf die Vernetzung mit anderen Einrichtungen, wie mit der Bezirkspolitik und -verwaltung, der Gebietsbetreuung, der Polizei oder den Wiener Kinderfreunden, viel Wert gelegt wird (vgl. BoS 10 2010: 9ff).

Jugendliche mit Problemen in der Bildungs- und Berufsplanung werden von Back on Stage häufig an das SpaceLab weitervermittelt. Das 2010 eröffnete SpaceLab, ein Kooperationsprojekt der Wiener Jugendzentren, der Volkshilfe und dem WUK, bietet im arbeitsmarktpolitischen Bereich ein niederschwelliges Angebot für ausgrenzungsgefährdete Jugendliche zwischen 15 und 25 Jahren an, welches sie in der Entwicklung beruflicher Perspektiven unterstützt (vgl. SpaceLab). Gemeinsam mit der Gebietsbetreuung entstand in verschiedenen Workshops mit Jugendlichen von Space Lab das Projekt „Quellenbeat“ im Anschluss an die Erhebungen der Gewerbestruktur der Quellenstraße. Endprodukt war ein Musikstück, in welchem die „Sager“ der Kaufleute der Quellenstraße verarbeitet wurden. Auch gegenwärtig plant die Gebietsbetreuung in Kooperation mit Jugendlichen von SpaceLab ein Medienprojekt in Bezug auf die UnternehmerInnen der Quellenstraße. Durch die Einbindung der Jugendlichen erhofft man sich eine Katalysatorwirkung zur Aktivierung der Kaufleute (vgl. GB\*10 2014: 27).

Das Leben im Bezirk wird gerade bei Personen mit türkischem Migrationshintergrund nicht unwesentlich durch unterschiedliche türkische Kulturvereine und Religionsgemeinschaften beeinflusst. Diese übernehmen als Treffpunkt oder durch das schulische Angebot sowie durch Freizeitaktivitäten vielfältige Funktionen. Dabei zeigt sich die Inhomogenität innerhalb der vermeintlich homogenen türkischen Community – so wie auch innerhalb der

türkischen Kaufleute – die sich tatsächlich beispielsweise entlang von Erdogan oder Gülen nahen Gemeinschaften, eher konservativ oder liberal ausgerichteten Vereinen, aufspaltet.

*„Ich glaube, hier an der Quellenstraße ist ziemlich die höchste Dichte an Religionsgemeinschaften. (...) Ich glaube, die sind schon sehr vernetzt mit den türkischen Leuten und auch wirtschaftlich. (...) Die spielen einfach eine große soziale Rolle. Das sind schon Treffpunkte wo die Leute, z.B. pensionierte muslimische Männer, hingehen und eine Zeit lang dort sitzen. Wie halt andere ins Gasthaus gehen, gehen sie in ihre Moschee ums Eck. Und dann gibts da ihre Schulen und Jugendarbeit, wo am Wochenende anscheinend wirklich 100 Kinder in den Koranschulen sind. (...) Aber es ist auf jeden Fall nicht zu unterschätzen, was die halt auch abdecken an sozialen Leistungen und sozialer Aktivität, ob man es will oder nicht. Die haben Kindergruppen, Jugendgruppen, bieten sportliche Aktivitäten an, Nachhilfe. Ich gehe davon aus, dass die türkischen Geschäftsleute immer in diese ... oder diese politische Zäsur, die durch die türkische Gesellschaft geht, die gibts auch hier im Bezirk oder halt in Wien. Man sieht, es gibt auch Geschäftsleute, die immer mit denselben zu tun haben und mit anderen nicht, also (...)“ (E1, GB\*10, Z 516-518; Z 524-527; Z 532-536)*

Neben Vereinen, die religiös ausgerichtet sind, gibt es auch einige, für deren Gründungshintergrund die Herkunftsregion ausschlaggebend ist, wie etwa der Kultur- und Sportverein einer Gemeinschaft von Leuten, die aus der türkischen Stadt Burdur stammen.

#### **8.1.4 Institutionalisiertes und normatives Regulationssystem Innerfavoriten**

Im Folgenden wird zunächst der Frage nachgegangen, ob es auf den Stadtteil bezogene Planungsstrategien und Programme gibt. Anschließend wird, nachdem in Kapitel 4.3.2 schon die auf Stadtebene agierenden Institutionen, welche Einfluss auf die Handlungsperspektiven der migrantischen UnternehmerInnen haben, näher betrachtet wurden, die lokale Gebietsbetreuung Stadterneuerung beleuchtet. Diese wird vor allem in Hinblick auf ihre Relevanz für die lokale Migrantenökonomie analysiert.

##### **Lokale Planungsstrategien und Programme**

Das Gebiet um die Quellenstraße war bislang kein explizites Zielgebiet stadtteilentwicklungspolitischer Programme, wie sie etwa im Stadtentwicklungsplan 2005 ausgewiesen wurden, oder spezifischer Förderprogramme zur Entwicklung benachteiligter Stadtgebiete, welche durch EU-Strukturfonds unterstützt werden. Damit unterscheidet sich das Gebiet grundlegend vom Brunnenviertel, welches durch Programme und Fördermittel viel stärker im Fokus der Stadtentwicklungspolitik stand (siehe Kap. 9.1.4).

*„Es gibt im 10. Bezirk, und schon gar nicht in der Quellenstraße, kein so ein Dach von Förderungen. Also, es ist kein Zielgebiet in irgendeiner Art und Weise. Ich glaub schon, ein wesentlicher Aspekt im Brunnenviertel war sicherlich, dass es ein URBAN Fördergebiet war. Und das ist ein Zusammenspiel aus Eigeninitiative, Vernetzung der lokalen Ökonomie, aber auch der öffentlichen Investition. Da war dann einfach Geld da, das in die Hand genommen wurde und so von außen investiert wurde. Eine ähnliche Förderkulisse gibt es hier nicht.“ (E2, GB\*10, Z 72-77)*

Jedoch wurde die Quellenstraße vom Strategiegremium (Stadtbaudirektion und MA 25) der Gebietsbetreuungen, welche die Betreuungsgebiete festlegt, für die Auftragsperiode 2012-2017 als Geschäftsstraße mit Erneuerungspriorität 1 ausgewiesen. Dementsprechend legt die Gebietsbetreuung im 10. Bezirk einen Schwerpunkt ihres Tätigkeitsbereiches auf die Quellenstraße.

Planungen und Großprojekte, die Veränderungsprozesse im gesamten 10. Bezirk und somit auch im Bereich um die Quellenstraße auslösen werden, sind der neue Hauptbahnhof, der seit Ende 2014 in Betrieb ist und die darum stattfindende Entwicklung neuer Stadtviertel. Das Projekt „Bahnhof Wien – Europa Mitte“ wurde als strategisches Projekt im Strategieplan Wien 2004 ausgewiesen. Durch die zentrale Lage Wiens innerhalb der Europäischen Union wurde der Schaffung eines Verkehrsknotenpunktes besonderer Stellenwert eingeräumt. Um eine gute Einbindung Wiens in das transeuropäische Verkehrsnetz (TEN) zu garantieren, wurde somit als Ersatz für die ehemaligen Kopfbahnhöfe (Süd- und Ostbahnhof) der Hauptbahnhof als Durchgangsbahnhof angelegt (Stadt Wien – MA 18 2004: 124). Im Stadtentwicklungsplan 2005 wurde das Areal um den Bahnhof als Entwicklungszone im Rahmen der 13 Zielgebiete festgelegt (vgl. Stadt Wien – MA 18 2005: 210f).

Abseits der Funktion des Bahnhofes als wichtigen europäischen Verkehrsknotenpunkt, werden für den 10. Bezirk starke Impulse durch die 20.000 neuen Arbeitsplätze und den für 13.000 Menschen geplanten Wohnraum in den Entwicklungsgebieten erwartet (vgl. WKO 2015). Vor diesem Hintergrund geht die Gebietsbetreuung, welche für das Stadtteilmanagement im neu entstehenden Sonnwendviertel zuständig ist, von einer Veränderung der NutzerInnenstruktur in den kommenden Jahren aus.

*„Aber in Verbindung mit der ganzen Entwicklung rund um den Hauptbahnhof muss man kein Prophet sein, um zu sagen, dass der 10. Bezirk in den kommenden 10, 20 Jahren sicher ein kommender Bezirk sein wird. Und dann genau solche Straßen – also der 10. Bezirk ist durch Studenten bis jetzt nur marginal geprägt – also da kommen natürlich schon Prozesse in Gang, die das ganze Gebiet – ich rede jetzt nicht gleich von Gentrifizierung – aber, die zumindest eine Dynamik, eine Diversifizierung in das ganze hier reinbringen, die letztlich auf die Geschäftsleute zurückwirkt, weil einfach eine andere Kaufkraft da ist, andere Branchen möglich sind und anderes Interesse. Aber da stehen wir hier eben am Beginn eines Prozesses, aber in einem früheren Stadium als in anderen Gebieten.“ (E2, GB\*10, Z 120-126)*

### **Gebietsbetreuung Stadterneuerung 10. Bezirk (GB\*10) als lokale Institution der Stadtteilerneuerung/-entwicklung**

Die Gebietsbetreuungen sind Serviceeinrichtungen der Stadt Wien, die im Auftrag der MA 25 (Stadterneuerung und Prüfstelle für Wohnhäuser) von privaten AuftragnehmerInnen geführt werden. Interdisziplinäre Teams sind in den jeweiligen Betreuungsgebieten vor Ort für die „sanfte Stadterneuerung“ zuständig. Ihre Tätigkeitsbereiche erstrecken sich vom Stadtteilmanagement in Neubaugebieten, Beratungsleistungen zum Wohnen und Wohnumfeld, der Initiierung und Begleitung von partizipativen Projekten, der Unterstützung bei Blocksanierungen bis hin zur Strategieentwicklung zur Stärkung der lokalen Wirtschaft (vgl. GB\*10).

Seit 2011 legt die GB\*10 einen Fokus ihres Tätigkeitsbereiches auf die Quellenstraße. Ausgangspunkt ist die Feststellung, dass diese wichtige Nahversorgungsfunktionen übernimmt und als Ergänzung zur Favoritenstraße – nicht zuletzt durch ihre kleinteilige Einzelhandelsstruktur – großes Potential aufweist. Dennoch werden die Qualitäten vor allem in der alteingesessenen Bevölkerung oftmals nicht wahrgenommen und die starke Präsenz migrantischer Geschäfte als negativ beurteilt. Vor diesem Hintergrund versucht die GB\*10 im Rahmen des Projektes „Die Quellenstraße“ die Potentiale der Quellenstraße zu stärken sowie die Wahrnehmung für deren Qualitäten zu schärfen. Ziele sind unter anderem die

- „Aktivierung und Vernetzung der Geschäftsleute
- die Aktivierung eines Bewusstseinsbildungsprozesses bei Gewerbetreibenden und NutzerInnen der Quellenstraße und
- die Strategieentwicklung zur Imageaufwertung und Stärkung des Gewerbestandortes Quellenstraße in einem partizipativen Prozess“ (GB\*10 2014: 5ff).

Als Grundlage wurde 2011 die Branchen- und EigentümerInnenstruktur der Geschäftslokale der Quellenstraße quantitativ erhoben und ergänzende Befragungen durchgeführt. Anschließend wurden ab 2012 verschiedene Impulse durch die GB\*10 gesetzt, die diesen Prozess anregen und begleiten sollen.

Ziel der GB\*10 ist es, die Potentiale aufzuzeigen, die aus dem gemeinsamen Agieren der Geschäftsleute entstehen können und selbsttragende Prozesse zu initiieren. Zur Aktivierung und Vernetzung der UnternehmerInnen wurden bislang zwei Vernetzungstreffen<sup>71</sup> durchgeführt, wobei sowohl aus zeitlichen als auch – insbesondere bei Kaufleuten mit Migrationshintergrund – aus institutionellen Gründen diese mitunter schwer zu erreichen sind.

*„Generell sind Unternehmer für alle Beteiligungen, Aktivierungsprozesse ein sehr schwieriges Terrain. Verständlicherweise gibt es Arbeitszeiten usw. wo kaum jemand Lust hat nach 7 am Abend noch Workshops zu machen oder Touren. Waren aber auch. Wir hatten jetzt auch Vernetzungstreffen mit Kaufleuten. Das ist halt eine mühsame Arbeit. Gerade bei Kaufleuten muss klar werden, was springt dabei raus. Das mein ich nicht rein ökonomisch, aber das muss einen Sinn haben. Sonst lassen sie sich nicht auf einen Prozess ein (...) Die österreichischen Unternehmer granteln zwar viel, aber man erreicht sie zumindest über den klassischen institutionellen Zugang. Wirtschaftskammer oder so. Wenn wir sagen, wir sind Gebietsbetreuung dann ist das irgendwie „aba, ok“. Migranten haben da ganz andere Netzwerke. Zum Teil auch*

---

<sup>71</sup> Die Beteiligung beim ersten Treffen lag bei etwa zehn UnternehmerInnen, mit und ohne Migrationshintergrund, beim zweiten bei drei UnternehmerInnen.

*sprachliche Scheu, aber auch grundsätzlich eine institutionelle Scheu. Da sind ganz andere Barrieren noch zu überwinden, zu den üblichen Problemen die mit Kaufleuten schon sind. Daher sind diese Prozesse unheimlich schwierig (E2, GB\*10, Z. 27-32; 54-58)*

In Zukunft wird versucht, die Aktivierung und Vernetzung der Kaufleute auch über andere Kanäle zu initiieren, da angesichts der institutionellen Rolle der Gebietsbetreuung der Zugang zu den Geschäftsleuten häufig schwieriger ist.

*„Das ist halt die eine Schiene, dass man versucht, Gruppen dafür zu gewinnen, dass die in der Quellenstraße was machen. Es gibt auch ein KünstlerInnennetzwerk, das ich auch schon im Kopf habe. Aber jetzt haben wir uns erst mal gedacht, diese Jugendlichen aus dem Space Lab oder aus einer B-HAK (...) Ich denke, da passiert schon was, wenn man eine Gruppe Jugendliche durch die Geschäfte schickt und die wollen ein Reportage oder ähnliche Sachen machen. Dann aktiviert das. Ich glaube, dann machen die Leute auch mit. (...) Das soll dann so ein bisschen Türöffner sein für unsere Arbeit, vielleicht wird das hier dann ausgestellt, dann bringen wir sie vielleicht hier her. (E1, GB\*10, Z. 159-163; 181-184)*

Durch die Befragungen und Gespräche der Gebietsbetreuung mit den Kaufleuten wurden so manche Problembereiche sichtbar. Von den autochthon österreichischen Geschäftsleuten wurde hauptsächlich die Dominanz der türkischen Geschäftsleute und die vermeintliche Invasion von Kebapständen und Handyläden als problematisch angesehen (vgl. GB\*10 2014: 19). Die resignative Einstellung so mancher ÖsterreicherInnen, die oftmals auf ethnischen Barrieren gründet, versperrt dabei den Blick auf die Gemeinsamkeiten von Interessen und Problemen der UnternehmerInnen der Quellenstraße – egal ob mit oder ohne Migrationshintergrund.

*„Wenn man fragt, wir haben das gefragt „wie finden Sie die Quellenstraße, wie finden Sie die Atmosphäre? Was ist zu verbessern?“ Dann war so eine typische Antwort von österreichischen Geschäftsleuten: „Na, schauen Sie sich das an“. Als ob das völlig klar wäre. Ein Blick, und da braucht man gar nicht mehr drüber reden. „Es geht den Bach runter.“ Und bis man dann im Gespräch ein bisschen zum argumentieren anfängt, „ok, es ist nicht alles schlecht.“ Es könnte auch ganz anders sein. Und wenn man dann gewisse Barrieren überwindet, vielleicht ist das nicht alles so negativ und vielleicht sind die Interessen viel ähnlicher als man glaubt.“ (E2, GB\*10, Z. 153-158)*

Solche gemeinsamen Anliegen sowohl alteingesessener, als auch zugewanderter UnternehmerInnen wurden innerhalb der Vernetzungstreffen offensichtlich. Die Vernetzung der Kaufleute dient damit auch dazu, ein Bewusstsein für das Vorhandensein sich überschneidender Interessen zu entwickeln, wodurch eine Basis zur Überwindung ethnischer Barrieren geschaffen wird. Generell ist das kollektive Auftreten und Agieren als Kaufmannschaft, auch innerhalb derselben Ethnie, noch wenig ausgeprägt.

*„Es ist leider noch nicht so weit, aber es wäre ein Ziel unserer Arbeit, dass man schaut, dass sie ihre Interessen als Kaufmannschaft gemeinsam in Angriff nehmen. Dann gibts halt immer ein paar eins zu eins, Austausch oder irgendwie Vernetzung, aber nicht unbedingt was Offizielles, Übergreifendes. Und das ist - eh wie immer - sehr schwer, dass man das initiiert.“ (E1, GB\*10, Z. 85-89)*

Gerade mit den erwarteten Veränderungen durch die Entwicklungsgebiete um den neuen Hauptbahnhof wird in der Quellenstraße das Potential gesehen, sich mit ihrer kleinteiligen Geschäftsstruktur als komplementäre Geschäftsstraße zu der durch internationale Handelsketten dominierten Favoritenstraße als auch den entstehenden Strukturen um den neuen Hauptbahnhof zu positionieren. Im Vordergrund steht jedoch nicht zwangsläufig die Etablierung als Einkaufsstraße, sondern die Stärkung als sozialer Raum, der mit den Geschäften in Verbindung steht.

*„Geht es wirklich darum, sich als Einkaufsstraße zu positionieren? Oder geht es auch um was anderes, wo nicht unbedingt der Branchenmix das allerwichtigste ist. Sondern wo es darum geht, dass sich die Leute da auch treffen. Also, dass es um den sozialen Raum geht, der halt dann mit Geschäften auch verbunden ist.“ (E2, GB\*10, Z. 99-103)*

Auch wenn der Branchenmix nicht im Vordergrund steht, wird eine breitere und stabilere Geschäftsinfrastruktur angestrebt. Handlungsbedarf wird diesbezüglich in der Stärkung des unternehmerischen Know-Hows hinsichtlich Branchenauswahl und Zielpublikum speziell bei den türkischen Geschäftsleuten, die beinahe die Hälfte der UnternehmerInnen der Quellenstraße ausmachen, gesehen. Die Zusammenarbeit mit Institutionen der türkischen Community wird dafür als zu aktivierendes Potential betrachtet (vgl. GB\*10 2014: 24).

### **8.1.5 Image Favoriten – zwischen Lebendigkeit und Problembezirk**

Welches Image besitzt Favoriten bzw. die Quellenstraße? Zur Beantwortung dieser Frage wird die Wahrnehmung des Stadtteils durch MitarbeiterInnen der lokalen Gebietsbetreuung sowie durch eine Mitarbeiterin der Wirtschaftsagentur Wien dargelegt, das Bild, wie es in Zeitungsartikeln transportiert wird, aufgezeigt, sowie die Perspektive, welche dort ansässige UnternehmerInnen mit Migrationshintergrund haben, beleuchtet.

## Favoriten als lebendig und im Umbruch

Favoriten wird von den MitarbeiterInnen der Gebietsbetreuung als lebendiger und dichter Bezirk, der mitunter aber auch anstrengend sein kann, beschrieben.

*„Es hat manchmal so eine gewisse Härte hier, weil es sehr dicht ist. Also, diese Kreuzung Reumannplatz, Quellenstraße, die Dichttheit an Leben, die ständig volle 6. Das ist auch anstrengend irgendwie. Die Bettler, die an der Quellenstraße sitzen. Das Angenehme, Rubige, Friedliche ist hier nicht so das Ding. Aber das macht es auch sehr spannend.“ (E2, GB\*10, Z 236-242)*

Vor allem in Bezug auf ihre Arbeit stellt sich der Stadtteil für die MitarbeiterInnen der Gebietsbetreuung als sehr spannend dar. Insbesondere durch die Entwicklungen am Hauptbahnhof sehen sie ihn am Beginn eines Veränderungsprozesses. Inwieweit dieser Impuls positive oder negative Prozesse befördern wird, ist noch schwer abzuschätzen. Erwartet wird jedenfalls eine Veränderung des Images – sowohl des Bezirkes als auch der Quellenstraße. Das traditionelle Bild Favoritens als Arbeiterbezirk scheint schon jetzt der Realität mit den bereits stattgefundenen Veränderungen nachzuhinken.

*„Es ist extrem spannend hier zu arbeiten als Stadtplaner oder Stadterneuerer im weitesten Sinne. Weil ich einfach der Überzeugung bin, dass es einer der (...) also, man fühlt sich einfach mitten in einem Prozess, wo man nicht genau weiß, wo der hingehet natürlich. Aber man ist so wirklich Teil eines Prozesses der hier gerade stattfindet.“ (E2, GB\*10, Z 226-229)*

*„Der Bezirk hat eine starke Tradition als Arbeiterbezirk, sozialdemokratischer Bezirk und tut sich ein bisschen schwer dieses Tradition überzuführen, in das was es heute (...) oder ist dabei es überzuführen, was bedeutet es heute. Das sind andere Menschen, das sind andere Dynamiken. Ja, das ist eben im Laufen gerade. Abgesehen davon, dass der primäre, der stärkste Impuls von der ganzen Entwicklung am Hauptbahnhof kommt. Das wird sich in 5 bis 10 Jahren zeigen, wie weit der Entwicklungsdruck, also der Aufwertungsdruck, auch problematisch ist oder wie weit das auch spannend ist, spannende Prozesse in Gang bringt. Das spürt man jetzt schon. Das Sonnwendviertel ist ja z.B. zum Teil schon besiedelt. Da kommt ein ganz anderer Input herein in den Bezirk. Da verändern sich natürlich Nachbarschaften.“ (E2, GB\*10, Z 242-248)*

Von der Erwartung, dass mit den entstehenden Wohnquartieren um den Hauptbahnhof und neuen Kulturinitiativen wie der Ankerbrotfabrik das Image Favoritens als Problembezirk mit hoher Arbeitslosigkeit verändert werden soll, berichtet ferner der *Standard* (3.11.2014): „Viele Arbeitslose, hohe Kriminalität: Neue Stadtteile sollen das Image des Bezirkes verbessern“. Gleichzeitig wird vermutet, dass der Bezirk auch bisher ein besonderes Flair haben müsse, denn „abschrecken lassen sich Bürger von diesen Zahlen (der Kriminalitätsrate und den Arbeitslosenzahlen, C.A.) nicht“, was durch die hohen Wachstumsraten der Wohnbevölkerung veranschaulicht würde.

Trotz der positiv bewerteten Dynamik des Bezirkes, werden von den MitarbeiterInnen der Gebietsbetreuung zum Wohnen andere Bezirke bevorzugt, da man sich durch das infrastrukturelle Angebot und auch die Menschen, die im Bezirk leben, zu wenig unter seinesgleichen fühlt.

*„Mich interessiert das total was hier passiert und ich sehe das sehr positiv. (...) aber es geht mir dann doch immer wieder so, dass ich einfach – das ist jetzt nicht meine Straße, die meine Bedürfnisse abdeckt. Wenn ich z.B. im 4. Bezirk in der Kettenbrückengasse herum schlendere und vor jedem Retroskop stehen bleibe, so wird es hier nie werden (Lachen). Ich bin halt kulturell doch nicht von dort.“ (E1, GB\*10, Z 541-547)*

*„Ich wäre damals eigentlich schon hergezogen, aber ich bin eigentlich froh, dass ich nicht hergezogen bin (...) ich habe hier keine Freunde gehabt. Ich bin im Stuvviertel viel besser aufgehoben, da sind halt viele meinsgleichen. Die Entscheidung war eben, dass ich dort hingehbe, wo viele Freunde von mir wohnen.“ (E1, GB\*10, Z 571-574)*

*„Also ja, insofern ein cooler, spannender Bezirk, aber ich bin manchmal dann auch ganz froh, wieder in den friedlicheren 2. Bezirk zu fahren.“ (E2, GB\*10, Z 249)*

## Favoriten als Problembezirk: Kriminalität und fehlende gesellschaftliche Durchmischung

Die Wahrnehmung Favoritens als Stadtteil mit vielen kriminellen Übergriffen – „es gibt irrsinnig viele Überfälle, Gewaltverbrechen. Also jedes Wochenende, wenn man hört was in Wien passiert ist, erschossen worden ist, dann ist das gerne einmal hier in diesem Gebiet.“ (E1, GB\*10, Z 480-481) – hängt nicht zuletzt mit der Größe und der EinwohnerInnendichte des Bezirkes zusammen: Favoriten weist zwar die höchste Anzahl an Verbrechen in Wien auf, die tatsächliche Kriminalitätsrate, gemessen an den Straftaten je 100 EinwohnerInnen, zeichnet jedoch ein anderes Bild. Während in Favoriten im Jahr 2014 10,34 Straftaten pro 100 EinwohnerInnen gemeldet wurden, liegt diese Zahl im innerstädtischen 7. Bezirk mit 22,90 deutlich höher (vgl. Die Presse 8.5.2014). Die Wahrnehmung als Bezirk erhöhter Kriminalität ist wohl mehr durch die Berichterstattung in den Medien als durch die eigene Erfahrung geprägt. Deutlich wird dies in der Diskrepanz zwischen der obigen und der nachfolgenden Aussage: einerseits hört man zwar davon, dass im Bezirk was passiert, andererseits fühlt man sich aber selbst nicht unsicher.

*„Ich habe nie das Gefühl, dass man Angst haben muss. Es gibt sehr viele, gerade Österreicher, die sagen, „da muss man ja Angst haben oder meine Angestellten fahren nur mehr mit dem Auto her, weil die trauen sich hier nicht mehr gehen“ und solche Aussagen. Ich habe nie das Gefühl, dass es unsicher ist. Es ist glaub ich schon eine erhöhte Kriminalität, aber, ja.“ (E1, GB\*10, Z 539-541)*

In der medialen Berichterstattung, die explizit Bezug zur Quellenstraße oder Favoriten hat<sup>72</sup>, dominieren Artikel über Verbrechen, die sich dort ereignet haben. Sie verstärken das Außenimage des Stadtteils als Problembezirk mit hoher Kriminalität. „Favoriten ist Österreichs heißestes Pflaster“ lautet die Schlagzeile eines Artikels im *Kurier* (13.10.2013), welcher sich auf die hohe Arbeitsbelastung von Polizisten in Favoriten bezieht, auf die aus einem Vergleich zwischen dem Anteil an Polizisten und dem Anteil an Straftaten geschlossen wurde.

Ein weiterer problematischer Aspekt, der mit dem Quartier in Verbindung gebracht wird, ist die fehlende gesellschaftliche Breite sowie die fehlende gesellschaftliche Durchmischung. Für eine Mitarbeiterin der Wirtschaftsagentur Wien wird dies besonders an den MarktbesucherInnen augenscheinlich, die ihr am Bauernmarkt nahe der Quellenstraße viel homogener erscheinen als am Brunnenmarkt im 16. Bezirk.

*„Ich glaube, dass die Durchmischung im Brunnenviertel eher funktioniert. Und ich meine aber die gesellschaftliche Durchmischung der Wohnbevölkerung. Mittlerweile sieht man am Brunnenmarkt jeden. Ich war ein paar Mal an diesem Samstagsmarkt an der Quellenstraße, da ist die Durchmischung nicht so. Da ist keine soziale Durchmischung zu sehen.“ (E6, Z 181-186)*

### **Die Quellenstraße und Favoriten in der Wahrnehmung migrantischer UnternehmerInnen**

Die meisten der befragten UnternehmerInnen mit Migrationshintergrund assoziieren die Quellenstraße mit Lebendigkeit und Dichte. Diese Lebendigkeit wird für die eigene Geschäftstätigkeit als positiv angesehen, wengleich die hohe Bevölkerungsdichte grundsätzlich als anstrengend wahrgenommen wird. In dieser Hinsicht merkt ein türkischer Unternehmer an, dass er froh ist nach einem Arbeitstag in der Quellenstraße wieder in seine Wohnung in einen anderen, ruhigeren Stadtteil fahren zu können.

*„(...) die Straßenbahn fährt vorbei, in der früh Kinder laufen vorbei, Mittag Kinder laufen vorbei, Nachmittag ist ein bisschen noch stressiger, weil die Leute gehen nach Hause von der Arbeit, es ist so laut. Das ist auch manchmal gut, die schauen rein in das Geschäft. Manchmal ist das unangenehm. So viele Leute auf einem kleinen Gebiet. Das ist es. Und wie du siehst, hast du jeden Meter ein Geschäft hier laufend. Die reden laut, da gibts das Angebot, da gibts das Angebot, das hörst du alles mit. Das musst du immer mitverfolgen. Auch die Angebote, das musst du auch mitmachen. Am Abend kannst dann relaxen, da fährst du nach Hause. Wie gesagt, so kann man es hier beschreiben. Leben. Hier lebt. Ab 20.00 Uhr ist es tot. Dann ist das Leben fast am Ende.“ (B3, Z 103-108)*

Hinsichtlich Veränderungen in der Quellenstraße spalten sich die Meinungen der migrantischen UnternehmerInnen. Während für einen türkischen Unternehmer die Straße durch die Zunahme an Geschäftslokalen noch lebendiger erscheint, beklagt ein kroatischer Unternehmer deren Verfall, den er auf die in Wien allgemein stattfindende Verdrängung kleinerer Betriebe durch Großkonzerne zurückführt.

*„Viele Geschäfte dazu gekommen. Es ist noch mehr lebendiger geworden. Viele Leute gehen jetzt hier durch. Auch wegen Geschäfte.“ (B3, Z 387)*

*„Ja, was sich viel ändert in Stadt, was ich nicht so lustig finde, zum Beispiel diese große Einkaufszentrum. Das erstickt diese kleine Privatwirtschaft, von Schneider um die Ecke, von Metzger um die Ecke. Diese kleine Betriebe, familiären Betriebe, wo reingehst, wo dich jeder kennt, wo wer nachfragt, wie es deinen Kindern geht, wie geht es deiner Frau, Familie. Stirbt alles aus. Auf der Quellenstraße, war früher lebendige Straße. Jetzt ist Handy Shop Straße geworden, mehr oder weniger. Das ist aber schon von 90er Jahren, Einfluss von diesen amerikanischen Konzernen und alles kopieren von Amerika. Das ist nicht adäquat für Europa.“ (B7, Z 63-68)*

Die Verdrängung bzw. den Ersatz traditioneller Geschäfte durch Filialen größerer Ketten beschreibt ebenso eine indische Unternehmerin, die schon lange ein Geschäft in der Quellenstraße führt. Darüber hinaus betont sie, dass viele der von ÖsterreicherInnen aufgelassenen Geschäfte von MigrantInnen übernommen wurden.

*„Viele Geschäfte, die ich gesehen habe, sind jetzt zu. Also, in der Richtung wenn sie runter geben, gibts nur die türkische Geschäfte oder wissen Sie, von Migranten, die Leute, die Migrationshintergrund haben. Zum Beispiel die Firma Wandke, die uns diese Geschäft gegeben hat, von denen wir Geschäft übernommen haben, es gab viele hier. Die alle geschlossen haben. Der Holzger war vis-a-vis, das war auch eine ganz alte Papiergeschäft. Also, „Libro“ ist neu, Holzger war ganz alt. Der war auch so 40 Jahre im Geschäft, wo jetzt „Bipa“ ist. Und daneben war auch eine, wo jetzt „Der Mann“ ist, war auch eine Glaserei. Also, es ist ganz anders geworden, also die Geschäfte sind ganz anders geworden.“*

<sup>72</sup> Dafür wurden die Online Archive der Zeitungen *Die Presse*, *der Standard*, *die Krone* und *Kurier* herangezogen. Vor allem in der Kronenzeitung handeln Artikel, die expliziten Bezug zur Quellenstraße oder Favoriten aufweisen, nahezu ausschließlich von Verbrechen. Die Recherche in Bezirkszeitungen (*Wiener Bezirkszeitung*, *Wiener Bezirksblatt*) brachte keine aussagekräftigen Ergebnisse in Bezug auf das Image der Quellenstraße oder des Bezirkes.

*Aber im Grunde genommen ist es dasselbe geblieben die Quellenstraße. Aber halt mehr Leute und die Geschäfte sind von anderen Leuten übernommen worden.“ (B6, Z 97-104)*

Aufgrund des hohen Anteils an türkischen Geschäften und der türkischen Wohnbevölkerung wird sowohl die Quellenstraße als auch der 10. Bezirk im Allgemeinen von manchen UnternehmerInnen als „Klein-Istanbul“ bezeichnet, ein Ruf der von ihnen überwiegend positiv bewertet wird. Im hohen AusländerInnenanteil sieht ein Geschäftsmann hingegen auch den Grund für eine erhöhte Kriminalität.

*„Da sind so viele Leute mit Ausländerabstammung. Quellenstraße ist wie Klein Istanbul, da fühlst dich wie zu Hause. Da kannst nur türkisch reden. Die Leute verstehen dich, ich verstehe sie. Wenn sie in Geschäft gehen, kannst du türkisch reden. (...) Aber in anderen Bezirken, wie im 12. Bezirk oder 14. Bezirk, so was findest nicht. Das ist wahrscheinlich auch der Unterschied, warum ist Quellenstraße so viel „Gangster-Straße“. Die meisten Ausländer hier ist.“ (B3, Z 407-412)*

Eine andere türkische Unternehmerin glaubt zwar, dass Leute, die von außen kommen, den Bezirk teilweise als gefährlich einstufen. Sie selbst teilt diese Meinung jedoch nicht.

*„Wenn die Leute aus dem Auto aussteigen, glauben sie "aha, jeder ist hinter meinem Auto her". Das glaub ich nicht. Es macht so ein Bild, glaube ich. Mir kommt es nicht so vor, aber eine Fremde haben meistens das Gefühl. Ich weiß nicht, warum.“ (B4, Z 122-123)*

Der Bezirk im Allgemeinen wird als ein durch MigrantInnen geprägter Stadtteil wahrgenommen. Die Konzentration von MigrantInnen führen die Geschäftsleute auf die günstigeren Mieten am Wohnungsmarkt zurück. Favoriten wird dabei als eine Art „Ankunftsstadt“ für Neuzugewanderte gesehen, für die aufgrund eines niedrigen Einkommens andere Stadtteile gar nicht erschwinglich sind.

*„Es ist keine Ghetto aber irgendwie kommen – glaube ich, sehe ich das so – dass viele frisch Integrierte oder frische Immigranten, die nach Österreich kommen, immer nach 10. Bezirk kommen. Das Gefühl habe ich. Weil bestimmten Anteil von bestimmten Ländern werden immer höher. So wie z.B. Tschetschenen. Das siebt man, oder wie Bulgaren oder Rumänen, siebt man das jeden Tag. Dass jeden Tag mehr Leute kommen. Kommen auch jeden Tag mehr Leute. Das fühlt man auch. Keine Ahnung, wenn man im Schanigarten im Sommer draußen sitzt, sehen Sie das auch. Es wird jedes Jahr mehr. Ich glaube, der 10. Bezirk weil die Mieten weniger sind oder so.“ (B4, Z 93-98)*

*„Aber ich glaub, dass hat damit zu tun, dass die Wohnungen hier günstiger sind und meistens Ausländer halt nicht so einen guten Job haben und nicht so viel verdienen, der muss da leben. Der hat keine Alternative.“ (B1, Z 180-182)*

Ein negatives Bild des Stadtteils überwiegt bei einem Unternehmer, der selbst im Bezirk wohnt, jedoch vorhat, wegzuziehen. Als Probleme nennt er die mangelnde Sauberkeit aber auch die ansässige Bevölkerungsstruktur, die er mit einem niedrigem Bildungsniveau und geringem Einkommen charakterisiert.

*„Ich möchte in Zukunft nicht hier wohnen, aus den Gründen: die schmutzige Straße. Wenn ich vorbei gehe, stört mich ja auch. Ich möchte nicht in Müllhalde wohnen. Ich möchte, ganz ehrlich gesagt, in meiner Umgebung – nicht gute oder schlechte Menschen – sondern Menschen, die sich normal gesellschaftsfähig verhalten. Und das ist leider hier zur Zeit nicht möglich. Vielleicht in Zukunft mit besserer Bildung, besserer Ausbildung und bessere Einkommen. Und nachdem Menschen sich integriert haben. Und zur Zeit ist das hier, meine ehrliche Meinung, nicht so schön zu wohnen.“ (B 103-107)*

Eine andere Unternehmerin betont wiederum so manche gestalterische Eigenheiten und das besondere Flair der Quellenstraße.

*„Es ist eine schöne Straße. Es sind sehr schöne Bäume hier, es ist keine nackte Straße. Wenn man so durchgeht, von der Seite ist sehr schön mit Bäumen geschmückt. Die Straßenbahn (...) Hat so eigene Stil hier. Ich finds schön.“ (B4, Z 127-129)*

## **Zwischenresümee**

Die Migrantenökonomie im Bezirk spielt im Außenimage, wie es in Zeitungen vermittelt wird, keine Rolle. Sie wird bis auf den Viktor-Adler-Markt in den Printmedien nicht thematisiert. Viel stärker wird das Bild als Problembezirk mit hoher Kriminalität und Arbeitslosenrate transportiert. Durch die im Entstehen begriffenen Stadtteile um den neuen Hauptbahnhof wird jedoch seitens MitarbeiterInnen der Gebietsbetreuung, die den Bezirk am Beginn einer Umbruchsphase sehen, eine Veränderung des Außenimages erwartet. Nuancenreicher und differenzierter als das Bild der Medien, zeigt sich jenes der interviewten lokalen ExpertInnen und ansässigen UnternehmerInnen. Sowohl in der Wahrnehmung der Gebietsbetreuung als auch der interviewten UnternehmerInnen wird Favoriten mit Lebendigkeit und Dichte assoziiert, welche mit positiven als auch negativen Aspekten verbunden wird. Die von migrantischen Kaufleuten vielfach angesprochene Belebtheit der Straße, die sie zwar unterschiedlich bewerten, ist bei autochthon

österreichischen Kaufleuten der Quellenstraße hingegen viel weniger Teil der Wahrnehmung. Sie beziehen sich meist auf den Untergang der Straße.

## 8.2 Migrantenökonomie der Quellenstraße als lokal eingebettete Ökonomie

Im folgenden Abschnitt wird auf Basis einer inhaltsanalytischen Auswertung der Interviews (vgl. Mayring 2010) mit migrantischen UnternehmerInnen sowie lokalen ExpertInnen den zentralen Forschungsfragen – dem Wechselverhältnis der Migrantenökonomie als lokal eingebettete Ökonomie mit dem Stadtteil – nachgegangen. Zunächst wird dafür der Blick auf die Art und Intensität der lokalen Einbindung geworfen. Anschließend wird der Bezug zum Stadtteil zum einen durch die Frage nach dem Einfluss des Stadtteils auf das unternehmerische Handeln der migrantischen Kaufleute, zum anderen deren Beitrag für den Stadtteil analysiert.

### 8.2.1 Art und Intensität der lokalen Einbindung

Lokale und überlokale Bezüge hinsichtlich KundInnen, im Zusammenhang mit der Art des Angebots, Geschäftsbeziehungen, formeller und informeller Netzwerke sowie der Wohnsitze der GeschäftsbetreiberInnen und MitarbeiterInnen geben einen ersten Aufschluss über die Art und Intensität der lokalen Einbindung der Migrantenökonomie im Analysegebiet (siehe dazu Kap. 3.3).

Interview-partner	Branche	Gründungsjahr	Herkunftshintergrund	In Ö. seit...	Staatsbürg.	Wohnort (Bezirk)	Alter	Ausbildung
B1	Imbisslokal; Eisgeschäft	2010	Türkei, 2.Generation	Geburt	Ö	17.	34	Lehre Elektromechaniker Ö.
B2a/B2b	Friseur; Modegeschäft	2006/2010/2011	Türkei, 1.G	Seit 20 J.	Ö	21./17.	37/40	Installateur, Fliesenleger
B3 <sup>73</sup>	Handyladen, Paketdienst	2005	Türkei, 1.G (Türkei, 1.G.)	Seit 23 J. (?)	Ö (Ö)	11.	34 (74)	Lehre Koch - Ö. (Uniabschluss - TR)
B4 (weiblich)	Hotel, Restaurant	2011	Türkei, 1.G	Seit 12 J.	-	-	29	Gymnasium - TR, Uniabschluss Wirtschaftsinformatik - Wien
B5	Kaffeehaus	2009	Türkei, 1.G	Seit 41 J.	Ö	10.	70	Lehre Koch/Kellner - TR
B6 (w.)	Modegeschäft	1999	Indien, 1.G	Seit 22 J.	Ö	-	43	Uniabschluss Psychologie - Indien
B7	Kaffeehaus/Bar	2011	Kroatien, 1.G	Seit 15 J.	Ö	10.	41	Lehre Koch/Kellner - KR

Tab. 10: Interviewte UnternehmerInnen der Quellenstraße (eigene Darstellung)

#### KundInnen: Einzugsbereich, Zielgruppe und KundInnenansprache/Vermarktung

Der Großteil der interviewten migrantischen UnternehmerInnen dient durch ihr Angebot an Produkten und Dienstleistungen der Nahversorgung der ansässigen Bevölkerung. Dementsprechend stammt die Mehrheit der KundInnen der BetreiberInnen von Imbisslokalen, Kaffeehäusern, Restaurants aber auch einem Modegeschäft aus der näheren Umgebung.

*„Meine Kunden kommen nicht von der Favoritenstraße beispielsweise oder auch nicht vom 5. Bezirk. Meine Kunden sind hier.“ (B1, Z 88-90)*

Werden speziellere Dienstleistungen, wie etwa ein Paketdienst angeboten, weitet sich der KundInnenkreis auch auf andere Bezirke Wiens aus. Abseits eines Hotels, welches internationale Gäste beherbergt, reicht von den interviewten UnternehmerInnen das Einzugsgebiet eines Friseursalons, dessen KundInnen aus ganz Wien und Umgebung kommen, am weitesten. Überwiegend leben die Geschäftsleute von ihren StammkundInnen, zu denen oft freundschaftliche Verhältnisse bestehen.

<sup>73</sup> Das Interview wurde aufgrund besserer sprachlicher Kompetenzen mit einem Mitarbeiter geführt. Die in Klammer gesetzten Informationen beziehen sich auf den Geschäftseigentümer.

Bei den meisten UnternehmerInnen setzt sich die KundInnengruppe sowohl aus ÖsterreicherInnen als auch aus Personen aus den verschiedensten Herkunftsländern zusammen. Dabei versucht ein Großteil gezielt ein hinsichtlich ihrer Herkunft gemischtes Publikum anzuziehen, sei es durch das Angebot an Produkten, welches sich nicht oder nicht nur am sogenannten „ethnischen Markt“ ausrichtet, die Sprachkenntnisse des Personals, das Vermeiden religiöser und politischer Themen, durch die Gestaltung der Einrichtung oder auch die bewusste Entscheidung gegen einen Geschäftsnamen, der die eigene Herkunft verrät.

*„Ich komme ursprünglich aus der Türkei. Meine Landsleute verblüfft das, dass wir auch Käsekrainer und Hotdog haben. Ich gebe immer diese Antwort: Wir leben in Österreich und wir müssen auch etwas von dieser Kultur anbieten. Wenn wir in Frankreich wären, würden wir vielleicht Baguette anbieten (...) Wir wollen, dass inländische Kunden zu uns kommen. Wir wollen in die Gesellschaft einfließen. Mit der Gesellschaft mit sein. Mein türkisches Personal spricht sehr gut deutsch. Auf so was achten wir.“ (B1, Z 28-33; Z 64-69)*

*„Wir haben türkischen Friseursalon oder türkische Friseurgeschäft, aber die Kunden sind international. Österreicher, Türken, Jugos, Serbisch, Tschechien, Slowakei, Afrikanische, alle, international.“ (B2a, Z 25-28)*

*„Ich habe gesehen, dass im 10. Bezirk sehr viele Lokale gibt, die nur Österreicher ansprechen oder nur Nicht-Österreicher ansprechen. Das wollte ich vermeiden. Und ich habe nicht nur für meine Landsleute, oder Leute die aus anderen Ländern kommen, sondern ganz allgemeine Karte gestaltet. Einrichtung ist auch so.“ (B5, Z 21-23)*

*„Wir führen das als Eisgeschäft, weil es hier an dem Fleck kein Eisgeschäft gibt. Der Name, das Charly Temmel, den gibts in Graz. Der ist in Graz sehr groß. Wir haben absichtlich den gleichen Namen gewählt, damit nicht alles irgendwie ausländisch wird. Ein Grazer Name.“ (B1, Z 200-202)*

Einzelne UnternehmerInnen versuchen bestimmte Zielgruppen zu erreichen, die jedoch nicht entlang der Herkunft sondern anderer soziodemographischer oder sozioökonomischer Merkmale definiert sind. So will der Betreiber eines Imbisslokals verstärkt Jugendliche ansprechen, indem er Werbung in sozialen Medien wie Facebook und Twitter macht.

*„Facebook, Twitter, Instagram. Wir nützen alles aus, alles was geht. Mundpropaganda. Mit dem kann man viel erreichen ohne viel Geld auszugeben. Wir drucken leinwande T-Shirts, so mit „Gefällt mir“, so was kommt gut an bei Jugendlichen.“ (B1, Z 244-245)*

Während sich das Angebot der meisten Kaufleute an sozial schwächere Haushalte richtet, versuchen manche bewusst eine andere Einkommensschicht anzusprechen. Ebenso betonen sie „normale“, „friedvolle“ Gäste haben zu wollen.

*„Meine Zielgruppe waren Menschen, die mittlere Gehaltsschicht dazu gehören und eine Zielgruppe waren Menschen, die keine anderen stören würden. Also keine Störfaktoren. Die nicht so viel trinken (...) Aber sonst habe ich jeden angesprochen. (...) Meine Zielgruppe setzt sich her, haben zwei Bier getrunken. Dann schauen sie auf die Uhr und sagen, sie müssen nach Hause!“ (B5, Z 18-20; 124)*

*„Aber es ist ein schönes Lokal. Sehr viel investiert, sehr viel ausgegeben. Natürlich würde ich Gäste haben, die gemütlich sitzen, Familien und normale Menschen. Sie wissen, was ich meine.“ (B4, Z 166-168)*

Nur vereinzelt wird gezielt Werbung in Medien gemacht. Zumeist werden die KundInnen über Mundpropaganda angelockt. Günstige Angebote, frisches Essen oder die Erbringung spezieller Leistungen, wie die Gewährung von Teilzahlungen, wirken sich dabei positiv aus.

*„Das ist von Person zu Person Übertragung. Du kommst zu mir, machst du fünf, sechs Kopien. Das sind 60 Cent und du hast genau 10 Euro und 30 Cent bei dir. Dann sag ich, "gib mir 30 Cent, 30 Cent gib mir nachher wenn du vorbei kommst". Weil 10 Euro weggeben ist schon viel Geld. Oder es kostet ihm ein Telefonat 15 Euro, er hat aber nur zwölf Euro, drei Euro fehlt. Ich sage "Kein Problem, wenn du vorbei kommst, bring mir den Rest". Das hören sie jeder, dann wird das verbreitet, dann kommen sie automatisch.“ (B3, Z 212-215)*

## **Geschäftsbeziehungen**

Je nach Branche und Art des Angebots variiert die Distanz des Warenbezugs. Während im gastronomischen Bereich die Waren vor allem aus Wien bezogen werden, wie vom Großgrünmarkt oder der Metro, kaufen UnternehmerInnen mit speziellerem Angebot, wie die Besitzerin eines islamischen Modegeschäfts, im Ausland ein, da die Produkte in Österreich meist gar nicht hergestellt werden.

*„Wir beziehen das nicht aus Österreich. In Österreich gibts gar nichts zum Kaufen. Wir haben meistens aus Frankreich. Und in Frankreich gibts das auch nicht "made in Paris" natürlich. Das ist alles aus China.“ (B6, Z 117-118)*

Als weitere Gründe für den Warenbezug außerhalb Wiens oder außerhalb Österreichs werden neben dem fehlenden Angebot auch ein günstigerer Preis und eine bessere Qualität genannt.

*„Die Kaffee ist aus Bremen. Natürlich, ich wollte österreichische Produkte beziehen, aber Österreich ist glaube ich eingeschlafen mit dem Kaffee, obwohl der Kaffee so berühmt ist.“ (B5, Z 224-225)*

Die Geschäftsbeziehungen vieler türkischer Geschäftsleute reichen in die Türkei. Ein türkischer Juwelier etwa bezieht seine gesamte Ware von dort, ebenso der Betreiber eines Braut- und Abendkleidergeschäftes. Auch Maßenfertigungen und Anpassungen, um den individuellen KundInnenwünsche nachzukommen, werden in der dortigen Produktionsstätte durchgeführt. Sogar eine mit Spezialitäten aufwartende Baklava-Konditorei lässt sich sämtliche Produkte im tiefgekühlten Zustand aus der Türkei liefern. Eine Mitarbeiterin der Wirtschaftsagentur Wien betont diesbezüglich die Vorteile von Personen mit Migrationshintergrund durch ihre interkulturellen Kompetenzen in der Netzwerkbildung mit anderen Ländern.

*„Da gibts diverse Studien auch aus Deutschland, die besagen, dass man die Netzwerke, die die Personen mit Migrationshintergrund zu ihren Herkunftsländern - das ist politisch jetzt nicht sehr korrekt formuliert, aber zu den Ländern, wo sie kulturell oder sprachlich bedingt noch ihre Beziehungen haben - dass das natürlich im positiven Sinne in die Stadt wieder zurück fließt. Sie merken das im Transportbereich sehr stark, dass da Barrieren niedriger sind. Die Zugänge einfach unkomplizierter sind, etc. Also in manchen Branchen profitiert man da sehr sehr stark von dem Migrationshintergrund der jeweiligen Personen, oder von diesen interkulturellen Kompetenzen.“ (E6, Z 134-139)*

Geschäftliche Beziehungen auf Bezirksebene gibt es beim Gemüse- oder Fleischeinkauf. Auch wenn diese eher selten sind, ist ein Bewusstsein für den Wert lokaler Kreisläufe vorhanden.

*„Ja manchmal kaufen wir das Fleisch vom (? , unverst.) da drüben. Die Hühner. Natürlich, wir versuchen uns gegenseitig zu unterstützen. Ich habe auch Hühnerlieferant, aber manchmal wenn ich was dringend brauche, dann kaufe ich direkt von drüben.“ (B4, Z 185-186)*

*„Gemüse kaufe ich entweder vom Großgrünmarkt oder bei dem Markt hier. Die Torten kommen aus Niederösterreich, davor aus der Steiermark. Natürlich, wenn man Bezirke fördern will, muss man hier einkaufen. Aber ich habe mir gedacht, "nur das Beste für meine Gäste"“ (B5, Z 232-234)*

### **Überbetriebliche Vernetzung – formell, informell**

Abseits der verpflichtenden Mitgliedschaft bei der Wirtschaftskammer Wien sind nur die wenigsten UnternehmerInnen formell vernetzt. Während manche UnternehmerInnen die Mitgliedschaft bei der Wirtschaftskammer gar nicht erwähnen und damit der Schluss nahe liegt, dass sie auch keine besonderen Leistungen in Anspruch nehmen, wird das Angebot von anderen durchaus genutzt: *„Mit der Wirtschaftskammer sind wir in Kontakt, wenn wir Fragen, Anliegen, Probleme haben.“ (B1, Z 332)*. In Ausnahmefällen sind sie auch anderwärtig eingebunden, wie ein türkischer Handyshopbesitzer, der neben seiner Mitgliedschaft bei der Wirtschaftskammer noch die Funktion des Vorsitzenden aller HandyshopbetreiberInnen Wiens ausübt.

Eine Mitgliedschaft beim sozialdemokratischen Wirtschaftsverband erwähnt ein türkischer Kaffeehausbetreiber, was ihm zufolge jedoch nichts gebracht habe. Die Quellenstraße verfügt über keinen eigenen Einkaufsstraßenverein. Eine Unternehmerin, deren Geschäft sich nahe der Favoritenstraße befindet, ist hingegen Mitglied im Favoriten-Kaufleuteverein. Auf Basis der empirischen Analyse kann nur wenig über den Stellenwert der existierenden türkischen Unternehmervereine ausgesagt werden. Ein Unternehmer berichtet von seiner Mitgliedschaft bei MYSIAD, einer Wien-weit agierenden Unternehmervereinigung türkischer Geschäftsleute. Diese unterstützt in der geschäftlichen Vernetzung als auch durch Schulungsangebote. Mitunter kommt es auch zu Kooperationen mit österreichischen Institutionen, wie der Wirtschaftskammer Wien oder dem Marktamt.

*„Das ist ein türkischer Unternehmerverein. MYSIAD. Das ist eine Gruppe von Unternehmern. Also, wenn man dann zum Beispiel einen günstigen Fliesenleger braucht, wenn man Glück hat, ist einer da drinnen. Dann braucht man nicht viel suchen. Der kommt einem dann mit dem Preis nach. So kann man sich gegenseitig unterstützen. Oder hat Rechtsfragen, Schulungen. Zum Beispiel die letzte Schulung war bei uns Betriebshygiene in dieser Unternehmervereinigung. Das Marktamt wurde dazu gebolt, die Wirtschaftskammer wurde dazu gebolt. Und die haben alle Gastronomen eingeladen, das war Betriebshygiene in der Gastronomie.“ (B1, Z 16-20)*

Eine Mitgliedschaft bei MYSIAD wird aufgrund der religiösen Orientierung der Vereinigung von einem anderen türkischen Geschäftsmann wiederum abgelehnt. Dies veranschaulicht, dass die vielfach verbreitete Annahme einer kulturellen Homogenität innerhalb Personen gleicher Herkunft schon in Bezug auf die Religion nicht haltbar ist.

*„Wir können da teilnehmen, aber wollen tun wir nicht. Wie soll ich sagen (...) Wir sind Gläubige, die sind auch Gläubige, aber die sind ein bisschen mehr gläubig als wir. Und die haben so einen eigenen Stamm. Aber die sagen nicht nein, wenn du kommst. Es ist kein Problem. (...) Das (MYSIAD, C.A.) ist "Muslimische Arbeitgeber". Wir sind auch, wir sind bisschen anders. Ich gehe auch fort und trinke. Die nicht. (Lachen) Die geben nicht überall fort und trinken. Ich schon. Das ist der einzige Unterschied.“ (B3 Z 294- 296; Z 302-203)*

Auch wenn es keine formelle Vernetzungsplattform der Kaufleute der Quellenstraße gibt, scheint der informelle Austausch bzw. der Kontakt zwischen den Kaufleuten stärker ausgeprägt zu sein. So werden zumindest von den meisten der befragten UnternehmerInnen nachbarschaftliche Kontakte zu anderen UnternehmerInnen der Quellenstraße gepflegt. Diese Art der Vernetzung manifestiert sich dabei hauptsächlich in Form gegenseitiger Hilfeleistungen, sei es durch das Ausleihen von Produkten oder auch durch den bewussten Konsum in den Nachbargeschäften zur Unterstützung des lokalen Wirtschaftskreislaufes.

*„Wir sind alle gut miteinander, es streitet sich keiner. Aber so vernetzt...es kommt natürlich vor, dass bei mir die Mayonnaise ausgeht, dass ich dann zum Nachbar gehe und sage „borge mir einen Kübel Mayonnaise“. Der borgt mir halt dann für eine Tag einen Kübel Mayonnaise und am nächsten Tag bekommt er seine Mayonnaise zurück. Aber mehr ist es nicht. Aber man kennt sich. Also ich kenne irgendwie jeden hier. Bis zum Lidl und da rauf und da runter, also 300m rauf und runter kenn ich jeden.“ (B1, Z 317-320)*

*„Die kommen zu uns und wenn die was brauchen oder wir holen von denen. Wenn du in Not bist ein bisschen, geldmäßig, die holen von uns ab oder wir holen von denen ab. Es ist so. Es ist nicht wie, "ah, der ist mein Konkurrent, muss ich aufpassen". Das ist so, nicht mit allen, aber mindestens von Ecke Quellenstraße/Laxenburgerstraße bis zwei, drei Gassen vorne. Wir kennen uns alle. Jeder kommt zum Geschäft, tauschen Ideen und helfen uns gegenseitig.“ (B3, Z 272-276)*

*„Oder er hat bei uns alle Sesseln mitgenommen, war alles defekt, hat er alles repariert. Hat gesagt, "Passt schon, das ist umsonst. wir sind ja Nachbarn". Es kostet nicht wenig normal. Im Gegenzug kommt er zu uns, nimmt seine Kabeln, geht er weg. Er sagt, er bringt das Geld später. Kein Problem. Das läuft so. Gegenseitige Hilfe. Eine Hand wäscht die andere.“ (B3, Z 448-453)*

*„Ja, wir haben mit allen gute Kontakte. Fast befreundet. Die, die in der Nähe sind. Die zu uns kommen, Kaffee trinken. Und wir auch manchmal bei ihnen was essen. Die kommen zu uns was essen, Kaffee trinken. Wir gehen mit denen am Abend was trinken. Haben wir mit fast allen Kontakt.“ (B4, Z 190-192)*

Hauptsächlich findet der Austausch mit Kaufleuten in der nächsten Umgebung statt. Inwieweit dieser auf Leute mit demselben Herkunftshintergrund beschränkt bleibt, kann aufgrund der Interviews nicht festgestellt werden. Lediglich ein türkischer Unternehmer erwähnt explizit, dass er zumindest mit allen türkischen Geschäftsleuten in Kontakt steht. In diesem Zusammenhang verweist er auch auf die Rolle des sozialen Netzwerkes als Hilfe bei der Geschäftsfindung. Daraus lässt sich vermutlich zum Teil die hohe Konzentration türkischer Geschäftsleute in der Quellenstraße erklären.

*„Quellenstraße ist ganz anderes geworden. Wir haben das gemacht. Alle die Nachbarn, wir haben bringen. Wir haben Geschäfte gefunden, wir haben gesprochen mit Nachbarn, wenn jemand zusperren, die Leute wir bringen. Ja, so ist das. (B2a, Z 15-16)*

Gerade in den oben beschriebenen nachbarschaftlichen Kontakten zeigt sich der Gegensatz einer lokal eingebetteten Ökonomie, in dieser Form als inhabergeführte Kleinunternehmen, zu Konzernen und deren Filialen, welche diese lokale Einbindung durch nachbarschaftlichen Austausch nicht aufweisen.

*„Wir kennen alle untereinander. Sicher. Nur die großen Firma halt nicht. Zum Beispiel ich kenne keinen von Bipa. Natürlich nicht.“ (B6, Z 108)*

Dennoch bleibt auch bei einigen KleinunternehmerInnen der Kontakt mit den anderen Kaufleuten auf Geschäftsbeziehungen beschränkt.

*„Ja, normaler Kontakt. Entweder geschäftlich. Weiß nicht, wenn ich was brauche, gebe ich da oder dort, zum Bäcker oder was weiß ich, hin. Normaler Kontakt jetzt. Austauschen tun wir uns nicht großartig.“ (B7, Z 104-105)*

Neben den durchaus intensiven nachbarschaftlichen Verbindungen findet eine bewusste Zusammenarbeit zwischen den Kaufleuten, wie die Durchführung gemeinsamer Initiativen oder die Artikulation gemeinsamer Interessen, hingegen nur in Ausnahmefällen statt. Ein in dieser Hinsicht engagierter türkischer Unternehmer ist sich dem Mehrwert einer solchen Vernetzung bewusst.

*„Also ich habe mich sehr bemüht, unter dem Motto "Gemeinsam sind wir stark". Mit Bäcker und Pizzageschäft hier habe ich sehr gute Zusammenarbeit. Diese Sauberhalten-Aktion z.B. haben wir zusammen gestaltet. Gemeinsam, nämlich, er bringt seine Kunden, seine Kunden trinken bei mir Kaffee. Meine Kunden kaufen sich dort Brot. Wenn wir hier noch belebter machen, haben wir alle Vorteil davon. Wir haben auch gemeinsame Werbung gemacht in Fernsehen, Quellenplatz, mit den Nachbarn zusammen. In Show-TV.“ (B5, Z185-189)*

## **Wohnsitz**

Bei den betrachteten Geschäftslokalen handelt es sich allesamt um inhabergeführte Unternehmen. Die InhaberInnen waren daher auch alle im Geschäft anzutreffen. Im 10. Bezirk selbst wohnen jedoch nur zwei der befragten Geschäftsleute. Für den einen war die Lage seines Wohnsitzes in der Nähe der Quellenstraße Grund dafür, warum er

gerade in der Quellenstraße sein Geschäft eröffnet hatte. Für den anderen wiederum war die Lage seines Geschäftes ausschlaggebend, um in den 10. Bezirk zu ziehen. Die meisten bevorzugten jedoch einen Wohnsitz in anderen Stadtteilen Wiens, in denen es mehr Freiräume gibt und ruhiger ist.

*„Du siehst, die Quellenstraße lebt den ganzen Tag von 7.00 Uhr in der Früh bis um 20.00 Uhr, dann ist wieder Ruhe. Das ist schon genug, dann brauchst du wieder was zum abschalten“ (B3, Z 119-120).*

Auch die Wohnsitze der MitarbeiterInnen und Lehrlinge sind meist über ganz Wien und Umgebung verstreut. Zwei UnternehmerInnen betonen jedoch, dass die MitarbeiterInnen vorwiegend aus der näheren Umgebung kommen.

Die überlokalen Verbindungen der lokal verankerten Ökonomie, die beispielsweise über die Wohnsitze der BetriebsinhaberInnen in anderen Stadtteilen bestehen, spielen für die Entwicklungsfähigkeit eines Stadtteiles eine wichtige Rolle (siehe Kap. 3.2). Nicht zuletzt werden dadurch Anregungen von außen in den Stadtteil mitgebracht, wie bei einem türkischen Imbissbetreiber in der Quellenstraße, der seinen Wohnsitz im 17. Bezirk hat: so war für ihn die neue Sitzausstattung in der nahegelegenen Ottakringer Straße Anstoß dafür, sich auch in der Quellenstraße für eine solche einzusetzen.

### **Zwischenresümee**

Die KundInnen der zum Großteil den kurz- und mittelfristigen Bedarf abdeckenden, von MigrantInnen geführten Unternehmen, kommen hauptsächlich aus der näheren Umgebung. Werden spezielle Produkte angeboten, wie etwa islamische Mode, oder bei manchen DienstleistungsunternehmerInnen, wie ein Friseur oder ein Paketdienstleister, weitet sich der Einzugsbereich auf andere Stadtteile Wiens aus. Hinsichtlich der Herkunft ist die KundInnenstruktur gemischt, wobei die Anteile nicht österreichischer KundInnen meist höher liegen. Viele der Geschäftsleute versuchen jedoch sehr bewusst nicht nur ihre eigene Herkunftsgruppe anzusprechen, indem sie einen internationalen Geschäftsnamen verwenden, auf die Deutschkenntnisse ihres Personals Wert legen oder das Angebot und die Einrichtung entsprechend gestalten. In vielen Fällen wird explizit erwähnt, ein einkommensschwaches Publikum zu bedienen, zu welchem ein Großteil der Wohnbevölkerung zählt, was die überdurchschnittliche Arbeitslosenquote und unterdurchschnittliche Kaufkraft des Stadtteils (siehe Kap. 8.1.2) veranschaulichen. Dennoch gibt es vereinzelt UnternehmerInnen, die gezielt versuchen kaufkraftstärkere KundInnen anzuziehen, was angesichts der BewohnerInnenstruktur als weniger einfach bewertet wird. Die starke lokale Einbindung der UnternehmerInnen wird abseits des lokalen Einzugsbereiches der KundInnen ebenso über das lokale nachbarschaftliche Netzwerk, welches sie durch ihre Geschäftstätigkeit schaffen, deutlich: dieses spannt sich einerseits über die häufig erwähnte Stammkundschaft auf, andererseits durch die Kontakte zu den anderen Kaufleuten der näheren Umgebung. Die Beziehungen zwischen den Kaufleuten zeichnen sich jedoch mehr durch gegenseitige Hilfeleistungen und der Unterstützung lokaler Wirtschaftskreisläufe durch privaten Konsum in anderen Geschäften, als durch gemeinsam durchgeführte Aktivitäten aus. Vor dem Hintergrund der Aussagen der lokalen Gebietsbetreuung, dass die österreichischen UnternehmerInnen der Quellenstraße den migrantischen Selbstständigen meist wenig Anerkennung und Wertschätzung entgegen bringen, finden die von den interviewten Kaufleuten erwähnten Kontakte vermutlich eher innerhalb der Migrantenökonomie als mit österreichischen Geschäftsleuten statt. Ein formelles lokales Unternehmensnetzwerk gibt es in der Quellenstraße keines. Überlokal, auf Stadtebene, vollzieht sich eine geschäftliche Vernetzung innerhalb türkischer Geschäftsleute zum Teil über türkische Unternehmervverbände. Auch wird durch die Wirtschaftskammer und parteinahe Wirtschaftsverbände offenbar der Versuch unternommen, migrantische Selbstständige stärker institutionell einzubinden, wie die Erfahrungen von zwei der interviewten Kaufleute zeigen.

Weniger entscheidend für die Quartiersbindung scheint der Wohnsitz der Kaufleute, der meist in anderen Stadtteilen Wiens liegt, zu sein, da sie ohnehin den Großteil ihrer Zeit im Geschäft verbringen. Nicht nur durch ihren eigenen Wohnsitz, auch durch den ihrer MitarbeiterInnen, bestehen Verbindungen über den Stadtteil und über die Stadt hinaus. Auch hinsichtlich der Geschäftsbeziehungen zeigen sich häufiger überlokale als lokale Verflechtungen. Für das Unternehmen selbst wird nur in Ausnahmefällen im Viertel eingekauft, wenn auch privat häufiger in den umliegenden Geschäften konsumiert wird. Im Bereich der Gastronomie bleiben überlokale Geschäftsbeziehungen

meist auf Wien beschränkt, während sie bei diversen Fachgeschäften, wie einem Juwelier, einem Abendkleidergeschäft oder einem Kleinkindausstattungsladen, oft in die Türkei, in die dortigen Produktionsstätten reichen. Auf die Bedeutung von Verbindungen der lokal verankerten Ökonomie über den Stadtteil und die Region hinaus macht Läßple (2007) aufmerksam (siehe Kap. 3.1): durch den Kontakt zu anderen sozialen AkteurInnen können im Austausch von Ideen, Wissen und Informationen neue Perspektiven entwickelt werden, die hilfreich in der Anpassungsfähigkeit an neue Herausforderungen sind. Vor diesem Hintergrund sind die überlokalen Bezüge, welche die Migrantenökonomie der Quellenstraße vor allem über den Wohnsitz der EigentümerInnen und MitarbeiterInnen sowie über Geschäftsbeziehungen und zum Teil über KundInnen und die Einbindung in formelle stadtweite Netzwerke aufweist, in Hinblick auf eine *anpassungsfähige* lokal verankerte Ökonomie positiv zu bewerten.

## 8.2.2 Der Einfluss des Quartiers auf das unternehmerische Handeln

Die lokale Einbettung von Stadtteilbetrieben lässt sich neben den eben analysierten Einbindungsformen auch über die Bedeutung des Stadtteiles für die Unternehmen eruieren. Inwieweit birgt der lokale Kontext Hemmnisse und Chancen für die Migrantenökonomie?<sup>74</sup> Das Wirkungsfeld Stadtteil wird dabei dem Konzept des gesellschaftlichen Raumes entsprechend (siehe Kap. 5.2.3) in verschiedenen Dimensionen analysiert.

### Materiell-phisches Substrat Quellenstraße/Innerfavoriten

Soziodemographische und sozioökonomische Aspekte der Wohnbevölkerung Favoritens spielen eine nicht unwesentliche Rolle in der Geschäftstätigkeit migrantischer UnternehmerInnen der Quellenstraße. Für nahezu alle der befragten UnternehmerInnen stellen die **hohe Bevölkerungsdichte** des Stadtteils und die **hohe Frequenz** an potentiellen KundInnen die größten Vorteile der Quellenstraße dar. Dabei wurde in den letzten Jahren vor allem durch die Präsenz im öffentlichen Raum ein stetes Wachstum der Bevölkerung wahrgenommen. Die hohe Dichte an Personen wird andererseits auch mit Nachteilen verbunden, wie etwa die höhere Angst vor Diebstählen. Je nach Straßenabschnitt variiert die Frequenz: je näher an der Favoritenstraße, desto höher. Während dies für die einen als Vorteil gesehen wird, bevorzugen andere wiederum ruhigere Straßenabschnitte in Entfernung zur Favoritenstraße.

*„Aber beim Café ist das Frequenz sehr sehr wichtig. Und so ist das einer der besten Plätze, die ich mir vorstellen kann. (...) Die Frequenz ist mehr geworden. Mehr Fußgänger. Weiß ich nicht, es ist viel beweglicher. Es ist viel stärkere Frequenz als vor zehn Jahren.“ (B5, Z 82; Z 111)*

*„Nachteil, das ist zum Beispiel es wird hier unserem Geschäft jetzt auch viel gestohlen, weil so viele Leute hier sind. Im Sommer zum Beispiel, wir können die Sachen nicht mehr so gerne draußen stehen lassen, wie wir es früher – vor zehn Jahren ca. – gemacht haben. Jetzt nicht mehr so, weil einfach so viele Leute da sind. Natürlich gibt es auch die Leute, die einfach was mitnehmen.“ (B6, Z 35-37)*

*„Auf der Quellenstraße Vorteile: ist ein frequentierte Straße, ist aber nicht überfrequentiert. Das ist der Vorteil. Und plus ist eine Hauptstraße. Also für Geschäft ist immer besser eine Hauptstraße zu geben. (...) Ja, ich bin zufrieden. Weil näher an der Favoritenstraße ist zu frequentiert, ist zu laut, zu hektisch und hier ist wirklich ein kleiner ruhiger Pol im 10.“ (B7, Z 21-22; Z 45-46)*

Die Nähe zur U-Bahn Linie 1 und zum Bauernmarkt in der Leibnizgasse werden als positive Frequenzbringer wahrgenommen.

*„Mehr Leute. Einfach. Wo mehr Kundschaft ist, es ist nur dort sinnvoll ein Geschäft aufzumachen. Wir waren in Favoriten schon gewesen, aber der andere Standort war nicht so günstig für uns wie dieser jetzt. Weil der ist mehr, wegen U-Bahn ganz in der Nähe ist und Markt, dieser Bauernmarkt. Das war für uns mehr lukrativer.“ (B6, Z 29-31)*

Für viele UnternehmerInnen wird das **niedrige Einkommensniveau** der ansässigen Bevölkerung, welches u.a. mit der hohen Arbeitslosenrate im Stadtteil in Verbindung gebracht wird, als vorteilhaft für ihre Geschäftstätigkeit beurteilt, da sich ihr Angebot genau an diese Bevölkerungsschicht richtet.

*„Es ist ein Arbeiterbezirk muss man ehrlich sagen. Die Leute die hier großteils leben sind keine Schwerverdiener. Sie sind schon „Schwerverdiener“, aber in der anderen Art (Lachen). Sie müssen schwer für ihr Geld arbeiten. Sie suchen natürlich günstiges Essen, gutes und günstiges Essen. Das ist halt ein Vorteil. Wenn man das z.B. in einem anderen Bezirk macht, wo es reichere Leute gibt, die essen ja ganz anders, da würden wir vielleicht nicht so viel Erfolg haben, meiner Meinung nach. Und ich glaub das ist eine richtige Theorie. Hier haben wir den Vorteil, dass es viel Arbeiter gibt. Viele Leute verdienen nicht so viel und kaufen sich günstiges Fastfood.“ (B1, Z 46-51)*

<sup>74</sup> Hier werden vor allem jene Faktoren betrachtet, die in der laufenden Geschäftstätigkeit eine Rolle spielen. Als Gründe für die Geschäftsgründung an der Quellenstraße wurden hauptsächlich die zufällige Entdeckung eines freien Geschäftslokals, die günstige Miete, die Lage des eigenen Wohnortes und das Potential durch die hohe Bevölkerungsdichte genannt.

„Wie gesagt, manche Leute, die Geldprobleme haben, die nicht Deutsch können, die gehen hier vorbei, die kaufen ein, weil es billiger ist. Es gibt Leute, die verdienen im Monat, also vom Arbeitsamt bekommen 800 Euro. Und der kann nicht z.B. zum Deichmann gehen oder Reno Schuhe, um Schuhe um 20, 30 Euro kaufen. Für ihn ist das so viel. Der kommt hier her. Hier kauft er Schuhe um fünf oder sechs Euro. Oder zwei Paar um zehn Euro. Das ist schon sehr günstig. Da kann er sich hier ein Handy um fünf, sechs Euro kaufen. Kabeln kaufen, im Gegensatz zum Drei-Shop oder T-Mobile Shop, da kriegst ab 20, 30 Euro. Und die Angebote zieht die ganze Leute an. Deswegen viele Leute kommen her. Deswegen immer noch lebendiger geworden. Vor sechs, sieben Jahren war das nicht so viel. Jetzt ist immer mehr.“ (B3, Z 388-394)

Jene UnternehmerInnen, die sich gezielt an eine andere Einkommensschicht richten wollen, sehen die niedrige lokale Kaufkraft wiederum als nachteilig für ihre unternehmerische Aktivität.

„(...) es ist leider, der Bezirk selber hat sehr wenig Einkommensdurchschnitt. Und die Leute geben hier wenig Geld aus für das Essen. Eher für Imbissstände reichen das Geld. Das heißt, für drei, vier Euro Mittagessen. Ganz wenige Leute geben für sechs, sieben Euro Mittagessen. Und es sind wenige Arbeitsplätze in der Nähe, wenige Büros. Eher Miethäuser. Und wie gesagt, das Publikum ist fast unter Durchschnitt Einkommensniveau. Es ist kein reicher Bezirk leider.“ (B4, Z 30-34)

Während von den einen der **hohe AusländerInnenanteil** bzw. das anteilmäßige Verhältnis von AusländerInnen und InländerInnen eher als problematisch wahrgenommen wird oder zumindest gewünscht wird, auch mehr österreichische KundInnen zu haben, ist für andere die spezielle Nachfrage einer bestimmten kulturellen Gruppe notwendig, um die Geschäftstätigkeit aufrecht zu erhalten. Die indische Betreiberin eines Modegeschäftes hat dementsprechend ihr Angebot an die veränderte Nachfrage angepasst.

„Hier passt leider die Proportion nicht. Wie gesagt, es hat leider zu viel Ausländer hier. Zum Glück haben wir den Vorteil, dass auch sehr viele inländische Kunden zu uns kommen. Das freut uns auch sehr. (...) Und mich würde es auch freuen, wenn wir mehr Inländer hätten, also Leute die hier wohnen. Leider, ich höre das sehr oft, dass sehr viele Inländer hier vom 10. Bezirk wegziehen. (...) Ich hab ein Handygeschäft gehabt in Hernals. Und da war es so, dass die Proportion gepasst hat. Wenn ich am Tag 100 Kunden gehabt habe, waren davon 30 Ausländer und 70 Inländer. Hier ist es umgekehrt. 70 zu 30. Das ist schade.“ (B1, Z 62-76)

„Wir haben mehr für islamische Richtung die Sachen jetzt. Vor zwei, drei Jahren haben wir das nicht gehabt, aber dann war unsere Geschäft so runter gegangen. Irgendwie da war überhaupt keine österreichische Kundschaft mehr. Sie war da, aber die haben dann Geschäfte gehabt, nur wo die hingehen. Also, nicht in unsere kleine Geschäfte. Und dann mussten wir umstellen. Wir haben versucht, mit dem zu gehen, aber es ist nicht gegangen. Und überhaupt, wir haben in Favoriten, alle verkaufen dieselbe Ware. Wir haben auch so gehabt: Jeanshosen, Tops, Pullover. Das bringt einfach nicht mehr. Vor ca. einem Jahr haben wir ganz umgestellt. Wir haben schon so Kleinigkeiten gehabt inzwischen, z.B. für die ältere Leute, für die dicken Frauen, spezielle Größen. Aber es hat alles nicht genutzt. Jetzt, wo wir ganz umgestellt haben, wir haben mehr Kunden. Die sind alle nur Migranten, das weiß ich. Und von einer Richtung, islamische, tschetschenische Gruppe haben wir viele. Sie sind gute Kunden. Und wir sind zufrieden.“ (B6, Z 50-58)

Für einen türkischen Unternehmer stellt der höhere Anteil an AusländerInnen bzw. Personen mit türkischer Herkunft ebenso eine Chance für seine Geschäftstätigkeit dar. Er sieht es als Vorteil, dass er durch sein spezifisch kulturelles Wissen die Erwartungen der KundInnen, die denselben Herkunftshintergrund haben, besser erfüllen kann (siehe dazu auch Everts 2008: 84f). Indem er mit sich über Preise handeln lässt, spricht er besonders die türkische Wohnbevölkerung an, wodurch er den Standort Quellenstraße als sehr günstig für sein Unternehmen bewertet.

„Geschäfte hier ist begehrt, 16. Bezirk ist begehrt und im 20. Bezirk, wo die meisten Türken oder die Ausländer sind. Da kannst du die Leute anziehen. Du redest mit denen, du handelst mit denen, du kannst mit den Preis handeln. Der sagt, "schau, ich hab nicht so viel Geld, ich hab fünf Euro" und der sagt "ok, passt schon". Und das läuft so. Nicht nur bei CDs, sondern auch bei andere Sachen, Handys. Und wenn du in österreichisches Geschäft gehst, Saturn, Mediamarkt, muss ich den Preis zahlen und fertig. Das tun sie hier nicht. Und das ist auch Erleichterung. Das ist genau, warum auch diese Straße so viele türkische Geschäfte ist und so viele Leute spazieren und hier einkaufen. Die Leute wissen, sie können mit uns verhandeln. Wir wissen, wir können mit denen verhandeln. So läuft das. Diese Rad dreht sich so.“ (B3, Z 421-427)

Die Zusammensetzung der Wohnbevölkerung eines bestimmten Gebietes bestimmt sehr stark die potentielle Nachfrage nach Gütern und Dienstleistungen (siehe auch Klostermann/Rath 2010: 28). Damit eröffnet sich für ein Unternehmen die Chance, sich an der lokal vorherrschenden Nachfrage zu orientieren, sei es an einer speziellen Nachfrage, die sich aus dem kulturellen Hintergrund von Personen ergibt (ethnische Nische) oder etwa die Ausrichtung an einer bestimmten Einkommensschicht. Wesentliche Faktoren, die die Nachfrage- bzw. KonsumentInnenstruktur in der Quellenstraße bestimmen, sind primär der Einkommensstatus und darüber hinaus die ethnische Zugehörigkeit.

Von einzelnen UnternehmerInnen werden **BettlerInnen** als Störfaktoren für ihr Unternehmen angesehen, wobei sich die Frage stellt, inwieweit diese tatsächlich die Geschäftstätigkeit der UnternehmerInnen beeinflussen.

*„Aber wenn ich in meine Café eine ruhige Atmosphäre schaffen will, vermeide ich diese Störfaktoren. Und in diesem Bezirk, von hier bis zur Favoritenstraße, wenn Sie raus gehen, fünfmal, sechsmal Bettler kommen und von ihnen was verlangt. Und manche sind sehr aggressiv auch. Ich glaube, das müsste auch etwas stärker kontrolliert werden, vermieden werden.“ (B5, Z 138-140)*

*„Jetzt in der letzten Zeit gibts auch sehr viele Bettler. So das ist auch sehr große Thema für unsere Kaufleute geworden. Die ganze Geschäftsleute hier in der Favoritenstraße. Es gibt einfach so viel. Bettler kommen auch nur dort, wo viele Leute sind.“ (B6, Z 37-39)*

Hinsichtlich der Wirtschaftsstruktur wird zum einen der **Strukturwandel** angesprochen. Diesbezüglich wird von einem Imbisslokalbesitzer in positivem Sinne betont, dass Fastfoodketten in der Quellenstraße noch nicht Einzug gehalten haben.

*„Zum Glück gibts hier keine Fastfoodketten. Zum Glück nicht. Die nächste McDonaldsfiliale ist auf der Favoritenstraße und eine auf der Triesterstraße. die sind zu weit weg. Es wäre natürlich schlecht, wenn in der unmittelbaren Nähe eine Fastfoodkette eröffnet. Das wäre natürlich sehr schlecht.“ (B1, Z 90-92)*

Das Problem des Strukturwandels haben hingegen andere Geschäfte, wie ein Modegeschäft, schon zu spüren bekommen. Da durch die Bevorzugung anderer, internationaler Handelsketten die österreichischen KundInnen, laut Meinung der Unternehmerin, ausblieben, musste sie ihr Angebot komplett umstellen. Dabei eröffneten sich durch die Zielgruppe muslimischer Frauen neue Chancen für ihr Geschäft.

Zum Teil wird die **Konkurrenz** durch Geschäftslokale der gleichen Branche als problematisch angesehen. In diesem Zusammenhang wird die Unterbietung in den Preisen angesprochen, was jedoch nicht nur auf die Quellenstraße sondern auf ganz Wien bezogen wird.

*„Also, ja, ich sehe ein großes Problem bei den Leuten, die das gleiche machen. Bei der Konkurrenz. Und ich betone das auch sehr oft. Du kannst z.B. in den 20. Bezirk fahren, da kostet der Kebap 1,50. Eine Gasse weiter hier kostet er zwei Euro. Bei uns kostet er mindestens drei Euro. (...) Diese Leute verstehen nicht, dass sie auch Geld verdienen müssen, damit sie eventuelle Kosten - Hausnummer wenn eine Maschine kaputt geht oder wenn man was investieren muss ins Geschäftslokal, mit dem decken können. Sie denken sich nur, ok, ich verkaufe so günstig wie möglich, verdiene ein bisschen was und wenn was kaputt geht, schauen sie deppert in die Luft. Und das ist unser Hauptproblem, dass die Konkurrenz den Preis kaputt macht. (...) Und das ist unser Hauptproblem. Nicht diese Fastfoodketten. Unser Hauptproblem sind diese Leute, die das gleiche machen oder versuchen das gleiche zu machen. Aber sie geben mit dem Preis so tief runter, dass sie sich selber nicht erhalten können (...) Aber nach einigen Jahren machen sie dann ihr Geschäft kaputt. Und unser Geschäft auch.“ (B1, Z 106-121)*

Die Diversifizierung des Angebots erweist sich dabei als nützliche Strategie, sich von anderen Geschäften zu unterscheiden. Im Bereich von Paketdienstleistungen sieht beispielsweise ein Handyshopbetreiber derzeit eine ökonomische Nische, auf die er verstärkt konzentrieren will. Bei der Geschäftsgründung 2005 fand er hingegen im Angebot von türkischer Musik und Filmen, für welche es damals noch keine AnbieterInnen auf der Quellenstraße gab, einen geeigneten Geschäftsbereich. Für den Erfolg seines Unternehmens scheint demnach die stete Anpassung seiner Geschäftstätigkeit an den lokalen Markt notwendig.

*„Nachteil ist, dass jeder Meter gibts gleiche Geschäft. Also, Handyreparatur und (? , unverst.). Das einzige was wir Unterschied haben, wir bieten auch CDs und Filme an, nicht nur türkisch, auch deutsch, jugoslawisch. Angebot für andere Länder auch. Und die Paketdienstleistungen. Ansonsten haben wir keinen Unterschied zu anderen Geschäften.“ (B3, Z 49-51)*

Trotz der hohen Dichte an Friseuren auf der Quellenstraße sieht wiederum ein türkischer Friseur diese Anbieter derselben Dienstleistung nicht wirklich als hinderliche Konkurrenz, da es seiner Meinung nach ohnehin genug KundInnen für alle Geschäfte gäbe. *„Genug Leute im 10. Bezirk, da kann ich in Quellenstraße 30 Friseure haben.“ (B2b, Z 107)*

Die **Agglomeration** türkischer Geschäfte im Allgemeinen wird von vielen (türkischen) UnternehmerInnen positiv bewertet, da diese verstärkt türkische KundInnen anzieht.

*„Wenn du hier vorbeikommst, siehst du nur türkische Beschriftung usw., 16. genauso, 20. genauso. (...) Das ist auch, warum hier Geschäfte führen und warum hier ist begehrt. Wenn du hier investierst, kannst du dir das Geld zurück holen. Ok, vielleicht zwei Jahre später oder drei Jahre später. Aber du holst es retour. Also hier ist gute Investition, im Gegensatz z.B. 22., Wagramerstraße. Tote Hose dort. Geschäfte hier ist begehrt, 16. Bezirk ist begehrt und im 20. Bezirk, wo die meisten Türken oder die Ausländer sind. Da kannst du die Leute anziehen“ (B3, Z 417-422)*

So betonen auch Rekers/Van Kempen die positiven Multiplikatoreffekte räumlicher Cluster migrantischer Unternehmen. Hat sich innerhalb eines Stadtteils eine Unternehmenslandschaft etabliert, die vor allem eine bestimmte ethnische Gruppe oder auch eine bestimmte soziale Schicht anspricht, wird das Gebiet von den

entsprechenden KundInnen auch aus anderen Stadtteilen aufgesucht und damit wiederum für weitere UnternehmerInnen, die diese Zielgruppe bedienen wollen, als Geschäftsstandort attraktiv (vgl. Rekers/Van Kempen 2000: 62).

Für jene UnternehmerInnen, die sich eine höhere Einkommensschicht als Zielgruppe wünschen, wird die **Geschäftsstruktur** der Quellenstraße in Bezug auf ihr Qualitätsniveau als Hemmnis beurteilt. Sie würden sich durch die Ansiedelung anderer Geschäfte, wie Modeketten oder Bürogebäude, erhoffen, dass die Quellenstraße auch für ein anderes, einkommensstärkeres Zielpublikum anziehend wird.

*„(...) wie soll ich sagen, das sind eher Boutiquelokale, die billig verkaufen (...) es spricht die Leute an, die hier wohnen. Das ist das Bild des Bezirkes, Bild der Straße. Es sind billige Geschäfte halt in der Nähe. Ich hätte gerne mehr schöne Restaurants, mehr Shoppingcenter, keine Ahnung, mehr Ketten, Supermarkt. Es könnte eine schönere Einkaufsstraße sein. Ich meinte nicht wie Mariaböcker Straße, aber es könnte ein bisschen wie Favoritenstraße sein, z.B. dass mehr Leute hier zu tun haben. Nicht nur wegen der Straßenbahn, sondern richtig einkaufen oder richtig spazieren.“ (B4, Z 43-49)*

*„Standort ist sehr sehr gut für ein Geschäft, weil sehr sehr stark frequentiert ist hier. Aber man könnte mehr daraus machen, finde ich. Wenn es sauber wird, oder andere Geschäfte, z.B. große Ketten, Bekleidung usw., die Zielgruppe bisschen vermischen würde. Also, von der Kaufkraft her bisschen höher stehende Personen als Zielgruppe nehmen.“ (B5, Z 63-65)*

Hinsichtlich baulich-räumlicher Aspekte werden die **Lage** der Quellenstraße sowie die Anbindung an das öffentliche Verkehrsnetz, vor allem durch die **Straßenbahnlinie 6** und **U-Bahn Linie 1**, durchgehend als Standortvorteile betont.

*„Es ist mit der 6er praktisch oder mit der U1 in die Stadt zu gehen, das ist ein großer Vorteil. In der Nähe von Hauptbahnhof, Westbahnhof, Schönbrunn. Praktisch. Es ist eine Straßenbahn Haltestelle gleich vor dem Hotel, das ist auch positiv.“ (B4, Z 28-30)*

Mehrere UnternehmerInnen bemängeln indes eine **fehlende Ausstattung** mit Sitzgelegenheiten, Trinkbrunnen und Grünflächen, welche ihrer Meinung nach zur Attraktivität der Quellenstraße beitragen würden. Auch der **Mangel an Sauberkeit** wird von mehreren Kaufleuten kritisiert.

*„Meiner Meinung nach das größte Problem. Ich habe nirgends in Österreich so schmutzige Plätze gesehen, wie hier von Quellenstraße bis zur Favoritenstraße. Obwohl Gemeinde jeden Tag zusammen kehrt, obwohl überall Mistkübel sind. Es ist nicht erreicht worden, das sauber zu halten.“ (B5, Z 51-53)*

*„Ich wünsche, dass die Leute nicht mehr so viel Mist machen. Da draußen wegen Bauernmarkt und alles. Wenn der Bauernmarkt zu Ende ist, wir haben immer so viel Mist und dadurch auch Gestank. Überhaupt in Favoriten habe ich das gesehen, dass die Leute nicht mehr so sind, wie es einmal war. Die machen sehr viel Mist und das mag ich einfach nicht.“ (B6, Z 78-80)*

*„Es soll alles schön sein. Die ganze Straße, weil das bringt uns noch mehr Kunden. Wenn alles schön ist, bringt das noch mehr Kunden. Aber es ist nicht schlecht. So tragisch ist es nicht. Aber es könnte besser werden. Trinkbrunnen, Sitzmöglichkeiten, Mistkübel.“ (B1, Z 514-516)*

### Interaktionsstrukturen Quellenstraße/Innerfavoriten

Wie schon in Kap. 8.1.3 erörtert, prägen religiöse oder kulturelle Vereine viele Lebensbereiche bestimmter Herkunftsgruppen. Inwieweit die Vereine auch die migrantischen Kaufleute in ihrer Geschäftstätigkeit beeinflussen, lässt sich aus den durchgeführten Interviews nur sehr beschränkt beantworten. Nur in einem Interview wird explizit die Mitgliedschaft in einem Kulturverein, welcher sich aus Personen derselben Stadt in der Türkei zusammensetzt, erwähnt. Ein Straßenfest, welches von diesem organisiert wurde, hat der Unternehmer dafür genutzt durch Sponsoring auch Werbung für sein Geschäft zu machen.

*„Also richtiges großes Werbung haben wir jetzt gemacht am Wochenende. Da war eine Straßenveranstaltung, da vorne beim Mistplatz. Dort haben wir die Straße gesperrt, haben wir Straßenfest gehabt. Und dort haben wir gesponsert. Wir haben die ganze Plakate gedruckt bei uns, gratis. (...) Das war von einem Verein. Ein Verein, von der Stadt, wo wir abstammen. Die haben einen Verein, wo wir auch dazu gehören, die haben Straßenfest gestaltet und wir haben Beitrag dazu gefügt. Und wenn du diese Graphik siehst, unten ist gestanden die Sponsor. Wir waren auch Sponsor“ (B3, Z 216-219; Z 227-229)*

Über das Zusammenleben im Stadtteil und in der Stadt äußert sich ein türkischer Unternehmer und wünscht sich diesbezüglich, dass es mehr Miteinander geben sollte. Ebenso verweist er auf die Vorurteile, mit denen Personen aufgrund deren Herkunft oder Religion konfrontiert werden.

*„Für mich ist wichtig, dass ein harmonisches Umgeben miteinander, die Leute müssen sich ausbalancieren. Es darf kein Hass zwischen Inländer, Ausländer, dem und dem sein. Wir leben alle hier. Ich hab es mir nicht ausgesucht, ich wurde in Österreich geboren, meine drei Geschwister auch. Aber ich habe das Beste daraus gemacht. Ich versuche aus meinem Leben das Beste zu machen.“ (B1, Z 259-263)*

„Wenn man Medien liest, komische Zeitung liest, ich will keine Namen nenne, aber so Gratiszeitungen, wenn man die liest, werden manche Sachen so dargestellt, wie wenn jeder Moslem ein Terrorist ist und jeder Moslem Türke ist.“ (B1, Z 274-276)

„Aber das was zur Zeit in der Welt passiert, also z.B. IS, das verabscheue ich. (...)Aber leider werden wir alle in den gleichen Topf geworfen. Manchmal denke ich mir, beast, du lebst hier und dann fühlt man sich irgendwie so diskriminiert wegen dem. Und es ist dann wirklich sehr schade. Und manche Jugendliche sind dann so frustriert, dass die als Gegenreaktion genau das andere machen. Man führt die falsche Politik in Europa. Wenn man diese Menschen, v.a. Jugendliche verschaut, dann suchen die andere, die sie aufnehmen. Und das sind dann genau diese Terrororganisationen.“ (B1, Z 289; Z 299-303)

Ein kroatischer Unternehmer bemängelt ebenso das Fehlen einer gelebten Multikulturalität in der Stadt, bringt aber gleichzeitig Ressentiments gegenüber Personen mit muslimischen Glauben zum Ausdruck:

„Wir leben alle in derselben Stadt. Wir zahlen alle hier Steuer. Wir zahlen hier Miete oder Betriebskosten. Wir leben hier miteinander. Wir sollen hier miteinander denken und selbe Richtung sehen. Es fehlt ein bisschen diese Zusammenführung von dieser multikulturellen Stadt. Und Wien ist multikulti. Und ich finde, dieses Zusammenleben fehlt ein bisschen. Was man irrsinnig stark merkt in letzter Zeit, die muslimischen Leute trennen sich viel von den anderen. Sind nicht alle gleich. Wir haben viele türkische Gäste auch von Ex-Jugoslawien mit muslimischen Glauben, sind locker. Aber es gibt viele, ich weiß nicht, das ist in letzter Zeit so (...) Vielleicht liege ich falsch. Da kenne ich mich zu wenig aus. Aber irgendwie so ein Gefühl.“ (B7, Z 132-138)

Die von der Gebietsbetreuung ins Leben gerufenen geführten Stadttouren „Kosmos Quellenstraße“ wirken sich in dieser Hinsicht hilfreich für den Aufbau von Interaktions- und Kommunikationsstrukturen und damit den Abbau ethnischer Barrieren aus. Dennoch beschränkten sich die teilnehmenden Personen vermutlich auf jene, die anderen sozialen Gruppen meist sowieso offener und dialogorientierter eingestellt sind. Nichtsdestotrotz wird den UnternehmerInnen durch die Touren, im Rahmen derer ihre Geschäfte aufgesucht werden, aber auch Interesse und Wertschätzung entgegen gebracht. Diese Anerkennung kann schließlich förderlich für die angestrebte Aktivierung und Vernetzung der Geschäftsleute sein.

### **Institutionalisiertes und normatives Regulationssystem Quellenstraße/Innerfavoriten**

Als regulatives Hemmnis wurde von mehreren UnternehmerInnen die **Parkplatzregelung** im 10. Bezirk und in der Quellenstraße angesprochen. Nicht zuletzt durch die unterschiedlichen bezirkswisen Regelungen hinsichtlich der Parkgebühren, sind die Parkplätze in Favoriten, in welchem keine flächendeckende Kurzparkzone eingeführt wurde, durch „Parkplatzflüchtlinge“ rar. Aufgrund der mangelnden Kurzparkzonen in der Quellenstraße selbst ist es für potentielle KundInnen schwierig, Parkmöglichkeiten zu finden.

„Unsere Kunden ist von der Parkplatz jede Beschwerde. Die Kunden machen 20 Runden, kein Parkplatz. Ich komme in der Früh 8.00 Uhr, ich mache auch 20, 30 Runden. Das braucht eine Lösung.“ (B2, Z 21-22)

„Ich hab den Vorteil, dass der Teil von hier bis dort hin eine Kurzparkzone ist. Das ist ein Megavorteil. Aber das ist nicht ausreichend. Wir sind ein Imbiss, die Leute wollen mit Auto kurz da her fahren, sich einen Kebap holen, wieder einsteigen und weiterfahren. Wenn es keinen Parkplatz gibt, der fährt weiter. Und ich verliere den Kunden. Es wäre nicht schlecht, wenn z.B. - meiner Meinung nach sehr einfach - dieses Kurzparkzonenschild bis dorthin (zeigt 20m weiter) zu verlängern.“ (B1, Z 349-352)

„Das eine ist, Parkpöckerl einführen. Das ist ein riesen Nachteil für Gastronomie, weil die Leute finden keine Parkplätze. Und fährt zweimal vorbei und dann fährt er weg. Und wenn das zehn Leute am Tag machen – 2,60 Euro – sind 26 Euro mal 30 Tage, mal 12 Monate, das ist ein Laminengeld, was einem durch die Lappen geht.“ (B7, Z 51-53)

Von einigen Kaufleuten werden der **bürokratische Aufwand** und die **fehlende behördliche Unterstützung** – zum Teil auf den Bezirk aber auch generell auf Wien und Österreich bezogen – beklagt. Diese werden sowohl auf die unternehmerische Tätigkeit im engeren Sinne aber auch auf das Engagement, sich für Veränderungen im Stadtteil einzusetzen, als hemmend wahrgenommen.

„Man muss für jedes Detail ansuchen. Für jede Kleinigkeit muss man ansuchen. Wenn man vergisst einen Tag, kriegt man Strafe. Es sind immer Kleinigkeiten, aber es macht den täglichen Alltag schwer. Wenn ich was einbauen will, dann muss ich zehnmal überlegen, "ok, ich muss dort ansuchen, dort ansuchen".“ (B4, Z 69-71)

„Es wird zu wenig unterstützt von Behörden, wenn man was bewegen will. Und die behördlichen Wege sind immer zu lang. (...) oder da (zeigt nach draußen vor sein Lokal, C.A.) haben Sie einen Stromkasten. Nimmt einen ganzen Parkplatz weg, was komplett unnötig ist. Und trotzdem geben sie mir nicht, dass der Parkplatz umgedreht wird, bleibt der Stadt wieder ein Parkplatz über und mir bleibt der Schanigarten, Maronistandl, weiß nicht, oder Eisstandl im Sommer, oder viele andere Sachen könnte man machen. Oder Stammtisch draußen machen, was jeder Fußgänger draußen benutzen könnte, ja so Kleinigkeiten. Wenn man jetzt Lokal umbauen will, vom Gesetz her muss jeder einzelne einverstanden sein, was man machen will. Also dauert das bis sechs Monate, bis alle unterschrieben haben und ich eine Front ändern darf. Jeder andere freut sich, wenn was Neues gemacht wird. Nein, es muss so sein.“ (B7, Z 26-36)

„Ich würde jetzt auch nie zur Bezirksvorsteher hingehen und sagen, ich möchte einen Brunnen da haben. Ich hab weder die Zeit. Und dann diese ganze Bürokratie. Dann heißt es, Sie müssen einen Antrag stellen, Sie müssen das machen. Stadtbildverwaltung, MA19, MA 27, MA das...und dann sagt man, scheiße. Irgendwann sagt man dann mal, Gartenschlauch raustellen (Lachen). Das wäre nicht schlecht, wenn das einfacher wäre. Eine Ansprechperson. Auch sinnvolle Sachen werden zu viel diskutiert. Ist so was sinnvolles, mach ma das! Nein, müssen 10 Leute her, eine ganze Kommission, dann müssen von überall Leute her, der her, der her...und dann wird einmal diskutiert 5 Stunden lang und im Endeffekt heißt es, wir treffen uns wieder in 6 Monaten. Dann kommen die 6 Monate, wir diskutieren das noch einmal, wenn man Glück hat, gehts durch, wenn nicht, Pech gehabt. Dauert zu lange und ist so komplex. Dann macht das keiner. So wie die kaputte Bank.“ (B1, Z 537-545)

Zur Erleichterung der langfristigen bürokratischen Wege wurde die **Gebietsbetreuung** von zwei Unternehmern aufgesucht, was sich bei einem als sehr hilfreich erwies, bei dem anderen weniger.

„Für den Mistkübel (zeigt auf Mistkübel vor seiner Tür, C.A.) hab ich gekämpft, kein Spaß. Das ist das Problem in Österreich, Bürokratie, zuviel Papierkram. Ich bin hingegangen, zur MA 48, ich hab gesagt, ich möchte einen Mistkübel. Die haben mich woanders hingeschickt, die haben mich woanders hingeschickt. Dann hab ich telefoniert, die haben gesagt, wir sind nicht zuständig, hat mir eine andere Nummer gegeben. Ich habe einen Tag damit verbracht, dass ich hin und her laufe, hat nichts gebracht. Einen Tag damit verbracht, dass ich herum telefoniere, hat nichts gebracht. Dann hab ich aufgegeben. Also, nicht aufgegeben. Ich hab schon vorgehabt, woanders einen Mistkübel zu fladern und da zu montieren (Lachen). Und dann hat es sich ergeben mit der Stadtplanung (GB\*, C.A.) und da hab ich bestanden, dass ich da einen Mistkübel will. Ist ja nichts schlechtes, ist ja nicht für mich. Und das ist dann innerhalb kurzer Zeit, also in einen Monat glaube ich, haben die das geregelt. Das hat mich wirklich sehr gefreut. Super!“ (B1, Z 361-368)

„Haben wir aufgesucht (die GB\*, C.A.) wegen diese Gärten draussen und wegen diese Parkplätze, wollte ich haben. Haben Sie sich nie gerührt. Das dauert seit zwei Jahren schon. Dass sie ein bisschen ziehen, dass es ein bisschen leichter ist, aber bewegt haben sie nicht viel.“ (B7, Z 121-123)

Hinsichtlich der Zusammenarbeit bzw. des Kontaktes mit der Gebietsbetreuung, deren Ziel es ist, die Geschäftsleute der Quellenstraße zu aktivieren und zu vernetzen, gibt es ebenso sehr unterschiedliche Aussagen. Während den einen die Gebietsbetreuung kein Begriff ist, waren andere bei einem Vernetzungstreffen dabei, zeigen Interesse daran, die Arbeit der Gebietsbetreuung zu unterstützen oder haben sich mit Fragen und Anliegen schon an sie gewendet.

„Ja. Sie waren da, haben wir gesprochen. Ich war einmal eingeladen. Dort war ich einmal. Ja, Menschen die sich bemühen, um aus dem Stadtteil was zu machen.“ (B5, Z 213-214)

„Wir gehen auch manchmal dort und die kommen zu uns essen. Und wenn Projekte gibt, versuche ich zu helfen. (...) Wir haben einmal Flyer hier verteilt wegen eine Straßenfest letzten Sommer. Und was haben wir dann noch gemacht? Wir hatten zwei Versammlungen, wurde ich eingeladen. Ich konnte nicht, aber ich hab Catering ein bisschen gemacht. Und die hatten vor zwei Jahren ein schönes Fest dort drüben. Da habe ich auch mitgemacht. Ansonsten, zwei, drei Mitarbeiter sind fast unsere Stammgäste, kommen essen. Wenn sie mich brauchen, können Sie direkt zu mir kommen. Und kommen sie auch. Wenn ich wo helfen kann, dann helfe ich.“ (B5, Z 206; Z 215-219)

Manche UnternehmerInnen haben den Eindruck, dass der Bezirk bzw. die Stadt der **Quellenstraße zu wenig Beachtung** schenkt bzw. **zu wenig politisches Engagement** gezeigt wird, was wohl auch im Zusammenhang mit den – wie Kap. 8.1.4 beschrieben – fehlenden Planungsstrategien zusammenhängt. Die absente öffentliche Unterstützung in Bezug auf Ausstattung oder Werbung für die Straße wird darüber hinaus als mangelndes Interesse des Bezirkes und der Stadt für die ansässige Bewohnerschaft gedeutet.

„Also, ich wünsche mir, hoffentlich, Trinkwassermöglichkeit, Trinkbrunnen und Sitzmöglichkeiten, vielleicht ein zwei Mistkübel noch her und die Sache hat sich. Das kann nicht viel kosten. So viel Geld werden wir sicher haben. Wenn man den Leuten zeigt, auch diesen Leuten die hier leben, wir machen hier was für euch, ich bin mir sicher, es kommt zurück. Wie gesagt, Geben und Nehmen. Und da bin ich mir 100% sicher. Wir haben dort eine Bank, schau dir das bitte an, die ist seit 4 Monaten kaputt, die zerfällt schon. Wie schaut das aus. Es setzt sich keiner drauf, jeder hat Angst, dass er mit der Bank umstürzt. Oder diese Trafos (...) man könnte es schön verkleiden, wenn man es nicht wegbauen kann. Schön verkleiden, ein anderes Konzept sich ausdenken, einfach nur verschönern. Und dann einfach mal schauen, wie reagieren die Leute.“ (B1, Z 379-388)

„Z.B. was ich schade finde, Weihnachtszeit, Weihnachtsdekoration, leider gibt es die nicht. Könnte man die ganze Quellenstraße machen. Da leben so viele Leute, das könnte man doch machen. Vielleicht nicht so wie auf der Mariahilferstraße oder auf der Körnerstraße, ok, das ist was anderes, aber was günstigeres, was einfacheres. Dass man den Leuten auch sagt, „jetzt schau, wir machen das für euch“. Egal ob wir Weihnachten feiern, oder nicht.“ (B1, Z 516-521)

„Werbung, sollte man auch für den Bezirk Werbung machen. Oder für die Quellenstraße. Die Favoritenstraße ist sowieso sehr belastet. Und Quellenstraße ist wirklich sehr sehr gute Alternative zu Favoritenstraße. (...) Die Stadt bekommt ja, wenn die Geschäfte, wenn die Wirtschaft belebt ist, auch Vorteile. Wenn die Stadt für uns hier wirbt, haben wir auch Vorteile. Die Stadt auch.“ (B5, Z 157-160, Z 169-171)

Andererseits verweist ein Unternehmer auf eine politisch initiierte Kampagne, wie „Wiens Wirtschaft spricht alle Sprachen“, die sich speziell auf die Migrantenökonomie bezog und die er sehr positiv in Erinnerung hat.

*„Aber es gibt Aktionen z.B., mit der Politik kann man auch viel machen, z.B. in Frühling haben sie eine Aktion gemacht, in den Lokalitäten auf die Sprachen hingewiesen. Beim Eingang Plakat, welche Sprache gesprochen wird. Der Grund, der Vorteil ist, dass Vielfältigkeit in den Vordergrund gestellt wird. Solche Sachen könnte man öfters machen.“ (B5, Z 194-197)*

Rechtlich fühlen sich die interviewten UnternehmerInnen im Großen und Ganzen im Allgemeinen nicht benachteiligt, was vermutlich darauf zurückzuführen ist, dass sie alle im Besitz der österreichischen Staatsbürgerschaft sind. Dennoch erwähnt eine Unternehmerin diskriminierende Erfahrungen durch Verwaltungsbedienstete.

*„Aber es gibt sicher Berater, Personen, die solche Gedanken haben. Das gibts sicher. Ich meine, wir haben auch selbst erlebt. Eine andere hätte schneller kriegen können viele Sachen. (...)Wenn sie mit einem Beamten zu tun haben, und, keine Ahnung, der Serben oder Türken nicht mag, dann haben Sie ein bisschen Probleme. Vielleicht nicht so ersichtlich, aber läuft alles viel langsamer und viel komplizierter. Haben wir auch erlebt. Fühlt man auch so. Überall. Man fühlt das. Von einem komischen Satz oder aus einem blöden Spaß oder so. Die glauben, dass es lustig ist.“ (B4, Z 80-81; Z 86-89)*

Auf eine **rechtliche Hürde** in Bezug auf die Geschäftstätigkeit muslimisch geführter Gastronomiebetriebe weist ein türkischer Imbisslokalbesitzer hin, der eigentlich gerne Lehrlinge ausbilden würde, ihm dies aber rechtlich gar nicht möglich ist, weil er kein Schweinefleisch verarbeitet. In der Wirtschaftskammer gibt es dabei jedoch Anstrengungen dies zu ändern.

*„Und das ist das Hauptproblem in Österreich. Wir können keine Lehrlinge ausbilden, weil wir kein Schweinefleisch verarbeiten. Dadurch, dass wir das nicht verarbeiten, dürfen wir keine Lehrlinge ausbilden. Weil ein Koch muss mit Schweinefleisch arbeiten können. (...) Oder ein Koch muss mit Bier und Wein arbeiten (...) Aber es gibt jetzt eine Gruppe von Leuten, gescheiterte Leute, die in der Wirtschaftskammer versuchen, das durchzubringen. Wobei, ich glaub nicht, dass es durchgeht. Die versuchen vorzubringen, dass so was möglich ist. Es würde ja auch ein Lehrkurs reichen, ein Kurs, nicht Lehrstelle, sondern ein Kurs, dass wir halt Kebapverkäufer ausbilden. Wäre ein Beruf mehr.“ (B1, Z 442-444; 446-449)*

Auch die Ausbildererlaubnis für Lehrlinge ist für eine zugewanderte Person, welche ihre Ausbildung nicht in Österreich abgeschlossen hat, schwieriger zu erlangen. Ein türkischer Gastronom hatte den Vorteil ausreichend berufliche Erfahrung in Österreich nachweisen zu können, so dass es für ihn leichter war, die Erlaubnis zu bekommen.

*„Ich habe spät aber doch die Ausbildererlaubnis bekommen, aber dann habe ich das Lokal abgegeben. Anfangs habe ich nicht diese Ausbilderbewilligung gehabt, weil ich keinen Abschluss in Österreich habe (...)Aber dazu braucht man eine Berechtigung als ein Ausbilder, der eine Hotelfachschule oder ähnliches hier absolviert hat oder Meisterprüfung gemacht hat. Ich hab das nicht, aber ich hab es belegen können, dass ich schon sehr lange Trainer war im Hotel Intercontinental, also weiter gebildet habe Personal. Deswegen haben sie mir gegeben.“ (B5, Z 250-251; 258-260)*

## **Zwischenresümee**

Beinahe alle der befragten UnternehmerInnen nannten als größte Vorteile der Quellenstraße die hohe Frequenz an PassantInnen und die hohe Bevölkerungsdichte im Stadtteil, wenn diese auch teilweise für die gewachsene Zahl an BettlerInnen und Diebstählen mitverantwortlich gemacht wird. Ebenso wird die Lage und die Anbindung an das öffentliche Verkehrsnetz als Standortvorteil betrachtet. Oft wird explizit das niedrige Einkommensniveau der ansässigen Bevölkerung als Chance für die Geschäftstätigkeit erwähnt, da sich das Angebot vieler Kaufleute genau an jene Gruppe richtet. Obwohl sich das Publikum hinsichtlich der Herkunft durchaus gemischt zusammensetzt, würden sich manche UnternehmerInnen mehr österreichische KundInnen wünschen, die durch geringere Anteile vertreten sind, und sehen dementsprechend den hohen Anteil an AusländerInnen im Bezirk kritisch. Für andere wiederum wirkt sich die Anwesenheit bestimmter Herkunftsgruppen günstig auf die unternehmerische Aktivität aus. So wird die Orientierung des Angebots an einer bestimmten kulturellen Gruppe für manche nicht nur als Einstiegschance in die Selbstständigkeit wahrgenommen, wie im Nischenmodell (Kap. 2.2) unterstrichen. Als Anpassung an die Folgen wirtschaftsstruktureller Entwicklungen, durch welche Kleinunternehmen verstärkt in Konkurrenz mit internationalen Handelsketten treten, kann sie mitunter auch eine Notwendigkeit der Aufrechterhaltung der Geschäftstätigkeit darstellen. So konnte eine Inderin, die ihre österreichischen KundInnen aufgrund des Strukturwandels nicht halten konnte, ihr Modegeschäft nur durch Spezialisierung – durch die Umstellung auf islamische Mode – erhalten. Nicht nur über das Angebot, auch durch bestimmte kulturell geprägte Kompetenzen kann gezielter auf die Bedürfnisse bestimmter Gruppen eingegangen und diese infolge verstärkt angezogen werden. In dieser Hinsicht sieht ein türkischer Unternehmer den relativ hohen Anteil der türkischen

Wohnbevölkerung im Viertel als Vorteil, da er sich durch seine Kompetenz des Handelns von österreichischen Kaufleuten hervorheben und diese Zielgruppe besser bedienen kann. In Zusammenhang damit wird die Konzentration türkischer Geschäfte in der Straße, insofern sie nicht dasselbe Angebot stellen, von einigen türkischen Geschäftsleuten durchaus positiv bewertet, da so der Standort für türkische KundInnen an Attraktivität gewinnt.

Für UnternehmerInnen, die mit ihrem Angebot kaufkräftigere KundInnen anziehen wollen, bedeutet das niedrige Einkommensniveau der Wohnbevölkerung ein Hemmnis für ihre Erwerbstätigkeit. In Verbindung damit beurteilen sie die Geschäftsstruktur der Straße, die vorwiegend an einem niedrigen Einkommensniveau orientiert sei und ein dementsprechendes Klientel anziehen würde, als nachteilig. Im Vergleich zu oben erwähnten Aussagen zeigt sich, dass das Verhältnis von Angebot und Nachfrage innerhalb der UnternehmerInnen von unterschiedlichen Standpunkten aus bewertet wird: während die einen ihr Angebot an die vorhandene Nachfrage kaufkraftschwacher NutzerInnen ausrichten, ist für andere die vorhandene Angebotsstruktur Grund dafür, dass genau dieses Publikum angezogen wird. Möglichkeiten, um die Straße auch für ein kaufkraftstärkeres Publikum attraktiv zu machen, sehen sie in der Ansiedlung anderer Geschäfte – u.a. auch internationaler Handelsketten, deren Absenz in der Quellenstraße von einem anderen Unternehmer hingegen positiv hervorgehoben wird – und Gestaltungsmaßnahmen. Ein Mangel an Sauberkeit und Ausstattung, etwa mit Sitzgelegenheiten, wird von mehreren der InterviewpartnerInnen beklagt. Teilweise wird dies auf das fehlende Interesse des Bezirkes bzw. der Stadt für die Quellenstraße und die dort ansässigen BewohnerInnen zurückgeführt. Die Wahrnehmung einer mangelnden politischen und behördlichen Unterstützung bei der Umsetzung ihrer Interessen, wirkt darüber hinaus dämpfend auf das Engagement der Geschäftsleute. Hintergrund dafür ist wohl die in Kap. 8.1.4 festgestellte Absenz stadtentwicklungspolitischer Aufmerksamkeit für das Gebiet. Einen gewissen Ausgleich dazu schafft die lokale Gebietsbetreuung, die einen Fokus ihrer Arbeit auf die Quellenstraße und die dort ansässigen UnternehmerInnen legt. Durch ihre aktive Arbeit, wie die Organisation von Vernetzungstreffen oder die Einbindung der Kaufleute im Rahmen von geführten Touren durch die Straße, weitet sich ihr Bekanntheitsgrad unter den migrantischen GeschäftsbetreiberInnen stetig aus. Sowohl durch die Touren als auch durch die Initiierung von Projekten, die Verflechtungen von Jugendlichen vor Ort mit den Geschäftsleuten herstellen, trägt die Gebietsbetreuung ebenso zur Förderung von Interaktions- und Kommunikationsstrukturen zwischen verschiedenen Herkunftsgruppen sowie zwischen verschiedenen Generationen bei. Mit ihren Arbeitsschwerpunkten in der Aktivierung und Vernetzung der Geschäftsleute, der Initiierung eines Bewusstseinsbildungsprozesses bei NutzerInnen der Quellenstraße und dem Versuch, einen Imagewandel der Straße anzuregen, wird ein wichtiger Anstoß zum Abbau ethnischer Barrieren und zu veränderten Wahrnehmungsmustern – auch in Hinblick auf die Migrantenökonomie – gegeben. Wenn man, wie Löw (vgl. 2001: 194ff.), davon ausgeht, dass Wahrnehmung durch Bildung und Sozialisation vorstrukturiert ist (siehe Kap.5.1.3), kommt Bewusstseinsbildungsprozessen in der alteingesessenen Bewohnerschaft in Hinblick auf ihre Bewertung der Migrantenökonomie besondere Bedeutung zu. Ferner bergen die Entwicklungen um den neuen Hauptbahnhof das Potential, dass der Stadtteil auch andere Bevölkerungsgruppen und Milieus anzieht. Diese bringen nicht nur eine stärkere Kaufkraft und eine veränderte Nachfrage mit sich, sondern auch andere Wahrnehmungsmuster, durch die mitunter die Migrantenökonomie unter veränderten Perspektiven gesehen wird. Darüber hinaus bringen neue soziale AkteurInnen im Stadtteil andere Ideen mit, welche stimulierend auf das Umfeld wirken können: *„Wer nur im Fokus von bereits bekannten und vertrauten Meinungen und Handlungsmustern steht, bekommt weniger oder kaum Anregungen von außen und hat damit auch weniger Chancen, anders zu handeln als in den gewohnten Mustern und Konventionen“* (Läpple 2007: 119).

Abseits stadtteilbezogener Einflussfaktoren auf die Erwerbstätigkeit werden auch rechtliche Hürden erwähnt, wie die Schwierigkeit eine Ausbildererlaubnis zu erlangen, wenn man seine Ausbildung außerhalb Österreichs absolviert hat. Darüber hinaus wird auf das Nachhinken gesetzlicher Regelungen auf die gesellschaftliche Realität Bezug genommen: türkischen Gastronomen, die aufgrund ihres Glaubens kein Schweinefleisch verarbeiten, bleibt es verwehrt, in Österreich Lehrlinge auszubilden.

### 8.2.3 Der Beitrag der Migrantenökonomie für die Stadtteilentwicklung

Bei der Frage nach dem Beitrag, welche die Migrantenökonomie für den Stadtteil leistet, steht nicht eine rein wirtschaftliche Funktion sondern ihre mehrschichtige Bedeutung als lokal eingebettete Ökonomie im Fokus. Diese wird anhand der Aspekte, die aus dem auf der Praxis basierenden wissenschaftlichen Diskurs abgeleitet wurden (siehe Kap. 4.2), eruiert. Um verschiedene Perspektiven in die Beantwortung dieser Frage miteinzuschließen, dienen sowohl die Interviews mit MitarbeiterInnen der lokalen Gebietsbetreuung als auch jene mit den UnternehmerInnen als Informationsquellen.

#### Arbeits- und Ausbildungsplätze

Die Bedeutung der Bereitstellung von Arbeits- und Ausbildungsplätzen durch die von MigrantenInnen geführten Betriebe für gesamt Wien wurde in Kap.7.2 auf Basis der Analysen der Arbeiterkammer und Wirtschaftsagentur Wien bereits dargestellt. Wie auch für Wien feststellbar ist, handelt es sich bei der Migrantenökonomie der Quellenstraße um kleine, oftmals als Familienbetrieb geführte Unternehmen. Alle der interviewten UnternehmerInnen beschäftigen MitarbeiterInnen. Im Einzelhandel (Handyladen, Modegeschäft) beläuft sich die Zahl auf ein bzw. zwei MitarbeiterInnen, in den gastronomischen Betrieben auf drei bis sieben Angestellten. Die meisten Beschäftigten mit bis zu 14 Personen weisen ein Friseursalon und ein Hotel (inklusive Restaurantbetrieb) auf. Wie schon in Kap. 8.2.1 angeführt, kommen die MitarbeiterInnen zum Großteil nicht aus dem Bezirk, sondern wohnen über ganz Wien und die Wiener Umgebung verstreut.

Zu den Ausbilderbetrieben gehören ein Friseursalon und ein Modegeschäft. Im Modegeschäft, in welchem meist Lehrlinge aus der nahen Umgebung im Einzelhandel ausgebildet wurden, werden zur Zeit keine Lehrlinge beschäftigt. Dies wird damit begründet, dass es schwer sei arbeitswillige Jugendliche zu finden. Ähnlich zeigt sich das Argument einer Hotelbetreiberin, die generell keine Lehrstellen anbieten will.

*„Es sind die heutige Jugend. Sie wissen schon. Kommen nicht zur Arbeit. Und haben natürlich alle Rechte. Und auch wenn sie nicht kommen, man kann sie sehr schwer kündigen. Haben ich von vielen Geschäftsleute, Bekannte, Verwandte gehört. Leider, fast jeder zweite Junge oder junges Mädchen haben nicht vor was richtig zu lernen oder was weiterkommen, sondern eher ohne Arbeiten Geld verdienen. Leider, man kann jetzt niemanden vertrauen. Möchte ich auch nicht.“ (B4, Z. 252-255)*

Anders verhält es sich bei einem Imbisslokalbesitzer, wie schon in Kap. 8.2.2 erwähnt wurde. Dieser würde gerne junge Leute ausbilden. Allerdings bleibt ihm dies aufgrund seiner Branche, aber auch, weil er kein Schweinefleisch verarbeitet, verwehrt. Dabei könnte er sich durchaus Alternativen zu einer herkömmlichen Kochlehrstelle vorstellen, um so zumindest mehr Arbeitsplätze für Jugendliche zu schaffen.

*„Es würde ja auch ein Lehrkurs reichen, ein Kurs, nicht Lehrstelle, sondern ein Kurs, dass wir halt Kebapverkäufer ausbilden. Wäre ein Beruf mehr. Das sind halt Jugendliche, denen halt die Kebapbranche, Kebap schneiden, Pizzamachen einfach zeigen. Der muss deshalb kein Fünf-Sterne-Koch werden. Der wird dann auch kein Koch. Der wird dann vielleicht Döner Koch oder Pizza Koch. Das ist ja nichts Schlechtes. Hat er dann einen Beruf, kann er wo arbeiten gehen. (...) Bevor jetzt da hundert Jugendliche arbeitslos herumrennen, in der freien Wildbahn, sollen sie irgendwo, bei uns oder woanders das wenigstens nur anlernen und von mir aus bei uns arbeiten oder woanders arbeiten. Aber das geht leider nicht, weil das Gesetz erlaubt es nicht. Ok, wir können das schon machen, ich kann jemanden aufnehmen, wo ich sag - hab ich auch öfters gemacht, das mach ich sehr oft - ich schau mir die Jugendlichen an, sage, der hat Potential, nimm den auf, obwohl der überhaupt keine Ahnung hat. Bring das dem bei drei Monate lang und wenn ich Glück hab, bleibt er dann hier. Aber auf meine Kosten. Nur wenn das irgendwie gefördert wäre, dann würd ich natürlich sagen, ich würd diese Leute natürlich aufnehmen, ausbilden, ob er dann bleibt oder nicht, ist mir wurscht.“ (B1 Z. 447-451; Z. 461-470)*

#### Erhalt der lokalen Wirtschaftsstruktur

40% der Geschäftslokale der Quellenstraße werden von Personen mit türkischer Herkunft betrieben. Dass von TürkInnen geführte Geschäfte das Bild der Quellenstraße dominieren, ist kein neues Phänomen. Schon vor mindestens zehn Jahren hat sich diese Entwicklung abgezeichnet.

*„Wie ich hergekommen bin (vor zehn Jahren, C.A.), war eigentlich dieser Umschwung, also dass die migrantischen Betriebe so stark die Szene dominieren, war schon voll im Gange. Wenn ich jetzt überlege, welche Geschäfte weggekommen sind, ist es gar nicht so, dass ich noch aktiv miterlebt hätte, wie die alleingesessenen Geschäfte noch da waren und dann weggegangen sind. Das waren wirklich eher Einzelfälle, für mich ist eigentlich das Bild von dieser Straße (...) hat sich schon verändert, aber dieser Umschwung war schon voll im Gange, der hatte sich schon in gewisser Weise fixiert, das war schon sehr türkisch dominiert.“ (E2, GB\*10, Z. 17-21)*

Dabei handelt es sich jedoch weniger, wenn überhaupt, um einen Verdrängungsprozess der österreichischen durch nicht österreichische Kaufleute, sondern um das Nachrücken von durch MigrantInnen geführte Geschäfte in Branchen, die für ÖsterreicherInnen nicht mehr lukrativ genug waren und in die frei gewordenen Geschäftslokale, die vormals von autochthon österreichischen Kaufleuten geführt wurden. Dieses Phänomen wird von Waldinger (2000) mit „niche succession“ bezeichnet. Jedoch führen MigrantInnen keineswegs nur Geschäfte in Bereichen, in denen sie – bedingt durch den Rückzug österreichischer Kaufleute – Lücken nachbesetzen, sondern bieten auch Neuartiges an. Ohne die Migrantenökonomie wäre die lokale Wirtschaftsstruktur und damit auch die Lebendigkeit der Straße wohl kaum aufrecht zu erhalten.

*„Es ist ja nicht so weil Zuwanderer hier stärker kommen, dass der österreichische Greißler zusperrten muss. Da stehen ganz andere ökonomische Prozesse dahinter, wenn an jeder zweiten Ecke ein Lidl, ein Billa, ein Hofer ist. Ich glaub eber, dass Migranten genau diese Strukturänderung, nämlich dass Ketten die klassische Einzelhandelsstruktur verdrängen, dass diese Einzelhandelsstruktur vor allem von Migranten aufgefüllt wird. Natürlich in prekären Lagen und in sicher nicht wahnsinnig nachhaltigen Branchen, durchgängig. Aber zumindest, es ist keine tote Straße. Ich glaube die Wahl wäre sonst Leerstand. Also die Alternative zu dem was man jetzt sieht, wäre Leerstand, wenn es nicht von migrantischen Unternehmen genützt würde. (...) der zentrale Nutzen ist (...) dass letztendlich das Rad am Laufen gehalten wird durch die Migranten“ (E1, GB\*10, Z 113-118)*

*„Und darüber hinaus belebt es schon die Straße und gibt dir das Gefühl - also schon alleine die Tatsache, dass die Geschäfte hier da sind, machen die Straße lebendig, auch wenn ich jetzt in diesen Geschäften wenig einkaufe, ist eine Szenerie hier, bringt ein Leben her und wirkt offen.“ (E2, GB\*10, Z 73-75)*

Um ein solches Auffüllen der Lücke, die durch die Aufgabe österreichischer Geschäfte entstanden ist, handelt es sich beispielsweise bei der Übernahme eines ehemals berühmten, aber letztendlich zur Schließung gezwungenen Gasthauses. Eine türkische UnternehmerIn wandelte dieses in ein Hotel mit Restaurantbetrieb um. Ein weiteres Beispiel stellt die Übernahme eines ehemaligen Trachtenmodegeschäftes durch ein indisches Paar dar, welches es zunächst als solches weiter führte, gegenwärtig jedoch entsprechend einer veränderten Nachfrage islamische Mode anbietet.

Manche Kaufleute erachten ihre Geschäftstätigkeit, neben der Schaffung von Lebendigkeit, ebenso als Beitrag zur Aufwertung der Straße. Ein türkischer Unternehmer, welcher in einem ehemaligen Wettbüro ein Imbisslokal eröffnet hat, oder auch der Betreiber eines Kaffeehauses bewerten ihre Lokale demnach als Bereicherung für die Quellenstraße.

*„Ich hab alte Fotos von dem Wettbüro, wie wir das übernommen haben, das hat grauslich ausgesehen. Da waren so Kunststofffenster drinnen, so kleine, foliert, dass man ja nicht reinsehen kann. Da sind komische Leute rein und raus gegangen. Und wir haben das dann übernommen, in schönem Grün, beleuchtet, Auslage. Und wirklich, die von der Stadtverwaltung haben gesagt, danke! Gut, dass ihr das übernommen habt. Gut, dass das jetzt wieder einheitlich aussieht, nach was aussieht, und nicht so irgendein komisches Lokal ist, wo man nicht weiß, was da drinnen ist. Und so öde. Es war so öde. Wenn man davor gestanden ist, man ist einfach schnell weiter gegangen. Aber jetzt schauts super aus.“ (B1, Z 498-504)*

*„Und diese Café war ein Geschenk für Favoriten. Und die schönste Dekoration hier sind meine Gäste.“ (B5, Z 311)*

Die Geschäftslokale an der Quellenstraße sind gefragt. Leerstand war somit in den letzten Jahren nie wirklich ein Problem der Straße.

*„Ich glaube, dass auf der Quellenstraße schon immer wenig Leerstand war, also wo verfügbare Lokale ausgeschrieben sind. (...) die Frequenz ist schon da und das verstehen die Geschäftsleute schon, es bleibt dann einfach nicht lange leer.“ (E2, GB\*10, Z 49)*

### **Nahversorgung**

Für die lokale Wohnbevölkerung übernimmt die Migrantenökonomie der Quellenstraße durch die Lebensmittelläden, Bäckereien, Imbisslokale, Restaurants eine wichtige Nahversorgerfunktion im Kurzfristbedarf. Darüber hinaus finden sich viele Geschäfte, die durch ihre Produkte und Dienstleistungen nicht nur den täglichen Bedarf abdecken.

*„Ich glaube schon, dass sie einfach einmal für die Menschen die hier wohnen wichtige Nahversorger sind. Nahversorgung, aber schon darüber hinaus. Also es geht jetzt nicht nur um Lebensmittelkauf, sondern so von Alltagsbedarf bis hin zu Einrichtungshäusern findet man eigentlich ziemlich viel in der Quellenstraße, wenn man so quasi diese Art von Geschäften aufsucht. Die Teppiche halt für türkische Wohnung und die Haushaltswaren für die türkische Familie. Aber ich glaub schon, dass das einen gewissen Konsumentteil der Bevölkerung hier punktgenau abdeckt.“ (E2, GB\*10, Z 69-73)*

Die meisten Geschäfte sind jedoch nicht ausschließlich an einer Herkunftsgruppe ausgerichtet. Auch wenn sich so manche türkische UnternehmerInnen auf türkisch geprägte Produkte spezialisieren, wie beispielsweise im Bereich Kleidung, bieten die meisten weniger kulturell konnotierte Produkte an. Obgleich viele der von MigrantInnen geführten Lokale, vor allem jene, die nicht „ethnisch“ ausgerichtet sind, ebenso von ÖsterreicherInnen aufgesucht werden, bestehen durchaus bei noch Hemmschwellen. Geringer ausgeprägt sind diese bei Anbietern von Billigwaren, die unabhängig vom Herkunftshintergrund allgemein eine einkommensschwache Bevölkerungsschicht anziehen. Andererseits gibt es aber auch Bereiche, wie türkische Friseurläden, die aufgrund ihrer Qualität verstärkt ein gemischtes Publikum anziehen.

*„Wo sich auch die Stimmung so ein bisschen verändert, ist bei den Friseuren, wo - glaube ich - einfach viele Österreicher in die türkischen Läden gehen, weil sie so günstig sind und weil sie auch gute Friseure sind. Oder Nagelstudios, Solarien, da sind sie einfach auch, mit ihrer Dumpingschiene brechen sie das Eis. Und diese Billigshops...es gibt z.B. den Atzler mitten drinnen ganz groß. Und dann gibts etliche Haushaltswaren-Billigshops rundherum, wo man ähnliche Sachen kaufen kann, Geschirr und so. Ich glaube, da gehen auch bestimmte Österreicher hin, die nicht viel Geld haben.“ (E2, GB\*10, Z 242-247)*

### **Qualität und Diversität**

Während einerseits viele der von MigrantInnen betriebenen Geschäftslokale der Quellenstraße ihr Angebot durch niedrige Preise auf eine einkommensschwache Bewohnerschaft ausrichten, gibt es durchaus auch solche, welche Qualität in den Vordergrund stellen und nicht dem Billig-Preis-Segment zuzuordnen sind. Im Rahmen der von der Gebietsbetreuung organisierten Tour „Kosmos Quellenstraße – die goldene Meile im Zehnten“ wurde der Blick u.a. auf solche Geschäfte gerichtet: der Besuch eines türkischen Unternehmens, welches qualitativ hochwertige Kinderwägen und Gitterbetten anbietet, eines Braut- und Abendkleidergeschäft, welches durch prunkvolle Kleider hervorsticht sowie eine Filiale einer renommierten Baklava-Konditorei, gaben einen Einblick in die Diversität der Quellenstraße. Obwohl manche Branchen wie das Friseurgewerbe, welches sehr stark vertreten ist, im Straßenbild hervorstechen, findet sich im Verlauf der Quellenstraße ein recht diverses Angebot an Produkten und Dienstleistungen der MigrantInnennökonomie, welches von Gastronomiebetrieben, Mode- und Schuhgeschäften, Juwelieren, Haushaltswaren, Lebensmittelläden, Elektrowaren- und einzelne Fachgeschäften bis hin zu Fahrschulen reicht. Innerhalb der einzelnen Branchen ist dennoch eine gewisse Homogenität zu beobachten.

*„Wenn man sich die Verteilung nach den klassischen Branchen so anschaut, könnte man sagen, ja, sie ist es relativ bunt und gemischt. Es ist eher dann in sich nicht sehr bunt. Die Gastroszene wächst ja, aber es ist eigentlich immer nur ein weiterer Kebabstand oder etwas Take-Away mäßiges. Also, dass man jetzt irgendwie groß damit bewerben könnte, die neue Gastro Quellenstraße (...) das ist eher armselig. Und die Handy-, Elektronikschiene ist sehr dominant. Auch gibt es viele Juweliere, nicht unähnlich wie in der Brunnengasse.“ (E2, GB\*19, Z 195-199)*

In den letzten Jahren zeigt sich in der Quellenstraße, die häufig mit qualitativ niedrigeren Geschäften in Verbindung gebracht wird, durchaus eine Veränderung im Qualitätsniveau der von MigrantInnen geführten Lokale, welche sich nicht zuletzt im Straßenbild bemerkbar machen.

*„Und zum Teil - was ich so vor vier, fünf Jahren wahrgenommen habe - ist, dass die Geschäfte die da sind, die migrantischen Geschäfte mehr investieren und ein zeitgemäßeres und qualitativ hochwertigeres Straßenbild gebracht haben und die Geschäfte modernisiert haben. Da finde ich schon, dass mehr Qualität eingezogen ist, zumindest mit einigen Geschäften. Der Schick in den türkischen Lokalen ist eingezogen. (...) Da finde ich hat es eine totale, sichtbare Trendwende gegeben. Bis ins Klo hat man jetzt Gold und luxuriöse, schon im türkischen Stil, teure Ausstattung, zumindest in einigen Geschäften. Also ich finde schon, dass da ein neues Bild Einzug gehalten hat bei der türkischen Kaufmannschaft.“ (E2, GB\*10, Z 29-36)*

Wie schon erwähnt, existiert bei vielen ÖsterreicherInnen nach wie vor eine Hemmschwelle von MigrantInnen geführte Geschäfte zu betreten, auch wenn diese nicht am „ethnischen Markt“ ausgerichtet sind und keine kulturell geladenen Güter anbieten.

*„Ich glaub, dass es nach wie vor so ist, dass es viele Geschäfte gibt, in die nur türkische Leute hinein gehen. Selbst wenn die was anbieten, wie Handys, was alle brauchen. Also, ich hab damals meinen Handyvertrag da drüber abgeschlossen und hab dann ganz viele Geschenke bekommen, das war so quasi (...) und die wollen schon auch natürlich österreichische Kunden haben, das sind ja Geschäftsleute, das ist nicht so, dass sie sich verschließen. Aber sie beobachten halt auch, abgesehen von richtigen Anfeindungen, eben gerade dieses Klischee Handyshop und Türkei, wo mir zwei drei Leute schon erzählt haben, dass sie das schon belastet, dass sie mit ihrem Geschäft oft Rassismus erleben. Nur alleine durch ihre Existenz da. Und sie wollen ja schon auch, dass die Leute bei ihnen einkaufen und können dann nicht zurück meckern.“ (E2, GB\*10, Z 218-224)*

Diesbezüglich fragt sich ein türkischer Geschäftsmann, der Kinderwägen verkauft, was wohl notwendig wäre, damit mehr ÖsterreicherInnen den Schritt in sein Geschäft wagen würden. Er ist sich sicher, dass seine Ware – die zwar

aus der Türkei stammt, aber nicht kulturell konnotiert ist – genauso ÖsterreicherInnen ansprechen würde. Dennoch gibt es auch Tendenzen, die zeigen, dass sich diese Barrieren langsam auflösen. Produkte der Migrantenökonomie sind nicht mehr nur im Billig-Preis-Segment für die einkommensschwächeren ÖsterreicherInnen attraktiv. Zunehmend wird das alternative Angebot türkisch mehr oder minder geprägter Produkte, auch abseits des Lebensmittel- oder Gastronomiebereiches, ebenso von ÖsterreicherInnen angenommen. Diesbezüglich berichtet der türkische Besitzer eines Braut- und Abendkleidergeschäftes, dass alle möglichen Leute, gleich welche Nationalität, bei ihm einkaufen. Herkunftsbezogene Unterschiede gäbe es dennoch in den Geschmäckern: während Türkinnen und Serbinnen eher pompöse Kleider kaufen, bevorzugen die Österreicherinnen schlichte Schnitte. Auch der Besitzer eines Kleinkind-Ausstattungs Ladens schildert von ÖsterreicherInnen, die beispielsweise ein in türkischer Tradition zur Geburt eines Kindes angebrachtes Willkommensschild bei ihm kaufen, nur eben mit einem deutschen statt türkischem Schriftzug.

Abseits der qualitativ höheren Geschäfte, die zwar noch in der Minderheit, aber durchaus vorhanden sind, gibt es darüber hinaus innerhalb einzelner Branchensegmente, die gemeinhin mit einem niedrigen Qualitätsniveau assoziiert werden, UnternehmerInnen, die sehr viel Wert auf die Qualität ihrer Produkte legen, wie etwa der Betreiber eines Imbisslokales.

*„Ich kategorisiere Döner nicht als Fastfood, weil wir hier im Döner richtiges Hühnerfleisch verarbeiten, ein bisschen würzen, grillen und in einem selbst gemachten Fladenbrot weitergeben. Das ungesündeste ist eigentlich das Weißbrot. Wobei ich auch Pläne hab, dass ich in Zukunft eine Alternative mit Roggenmehl oder Vollkornmehl, nicht als Komplettsortiment, aber als Zusatzsortiment. (...) Ich will, dass meine Kunden nur frische und qualitative Produkte haben, weil ich selber davon esse und meine Kinder essen auch davon. Und wir haben so viele Kunden, auch Kinder, und ich kann denen nichts Schlechtes verkaufen, das geht nicht.“ (B1, Z 52-55; Z134-136)*

Auch der Geschäftsführer eines Friseursalons betont, nicht nur durch niedrige Preise, sondern auch aufgrund der Qualität seiner Dienstleistung hervorstechen.

*„Auch preismäßig sind wir gut, von der Qualität her sind wir sehr gut, kann ich laut sagen. Sie können die Hälfte des Preises was die österreichische Friseur hat, die Hälfte zahlen und zweimal bessere Qualität bekommen. Weil das ist unsere Arbeit. Das können nicht jeder.“ (B2b, Z 171-173)*

Als Qualitätsmerkmal der lokal eingebetteten Migrantenökonomie der Quellenstraße sticht das persönliche Service hervor, welches wohl mit ihrer Struktur als inhabergeführte Kleinbetriebe zusammenhängt. Angefangen von Reparaturleistungen, wie sie der türkische Besitzer eines Kinderwagengeschäftes oft kostenlos anbietet, Maßanfertigungen in einem Abendkleidergeschäft bis hin zur Möglichkeit des Handelns und der Zahlung in Raten in so manchen Geschäften, wird mit diesen Serviceleistungen sehr gezielt auf KundInnenbedürfnisse und die Nachfragestruktur eingegangen.

*„Er kommt, sagt, er möchte Guthaben haben 20 Euro aber hat nur 10 Euro. Die anderen 10 Euro kann er die erst Ende des Monats geben, dann sagen wir "Ok, kein Problem". Dann gibt er 10 Euro und kommt Ende des Monats, gibt dir den Rest. Also, solche Stammkunden haben wir auch. Wir führen nicht ein Buch, wer was schuldet. Wenn er vorbeikommt, gibt er her. Du kennst ihn eh. Das ist auch Vorteil von diese Geschäfte. Wenn du z.B. zum Spar oder Lidl gehst, du kannst nicht sagen, "20 Euro Guthaben, aber ich gebe dir nur 10 Euro, den Rest bring ich dir". Das geht nicht. Und bei manche Leute hier, die wenig verdienen, solche Geschäfte wie hier, ist ein bisschen hilfreich. Nicht nur wie wir, sondern auch andere tun das.“ (B3; Z 172-177)*

Nicht zuletzt macht dieses Serviceangebot im Erfüllen individueller KundInnenwünsche den Unterschied zwischen einer Fastfoodkette und einem Imbiss deutlich, wie der Betreiber eines türkischen Imbisslokales hervorhebt.

*„Aber ich bin mir auch sicher, dass die Kunden zwischen einer Fastfoodkette und uns unterscheiden können. Weil wir auch Persönliches anbieten. Der Kunde kann bei uns auswählen, wie das sein soll. Er kann sagen, ich möchte so viel Salz oder gar kein Salz. Das kannst du bei einer Fastfoodkette nicht auswählen. Wenn der Kunden zu uns sagt, er möchte überhaupt kein Salz, dann bekommt er kein Salz. Und Salat, alles, vom hellen bis zum dunklen Brot. Also, bei uns ist man persönlicher. Bei einer Fastfoodkette nicht, der nimmt das nächste Packerl was vom Band reinkommt.“ (B1, Z 89-102)*

### **Anlaufstellen und Treffpunkte**

Stadtteilbetriebe dienen nicht nur der Versorgung der Bevölkerung mit Gütern und Dienstleistungen. Darüber hinaus stellen sie Treffpunkte dar oder sind Orte zufälliger Begegnungen, die Nachbarschaften entstehen lassen können. Auch durch die Migrantenökonomie in der Quellenstraße werden solche Orte geschaffen.

*„Von den Geschäften her selbst, denke ich, dass Kleinunternehmer schon noch eine andere Rolle für das Nachbarschaftsleben bringen.(...) Ich denke schon, dass Gewerbetreibende - also z.B. türkische Gewerbetreibende hier - auch wenn sie nicht hier wohnen, schon Netzwerke aufbauen, vernetzt sind und schon auch eine nachbarschaftliche Funktion übernehmen.“ (E2, GB\*10, Z 75-77; Z 82-84)*

Gerade die UnternehmerInnen selbst haben viele persönliche, zum Teil freundschaftliche Kontakte zu Personen, die in der Nachbarschaft wohnen. Persönliche Kontakte und Beziehungen zur Wohnbevölkerung beschränken sich nicht nur auf die Stammkundschaft. Ein türkischer Unternehmer erwähnt etwa eine jahrelange Bekanntschaft mit einem Jugendlichen, dem er immer wieder einmal verbilligtes Essen gegeben hat, aus der Umgebung. Dieser helfe ihm nun stets bei Tätigkeiten, wie beim Ausladen, wenn er zufällig vorbei läuft.

Auf eine Besonderheit der Quellenstraße mit den vielen KleinunternehmerInnen unterschiedlicher Herkunftsländer weist ein türkischer Handyshopbesitzer hin: im Gegensatz zu den großen Konzernen der Favoritenstraße, die lediglich Konsumbedürfnisse befriedigen können, fungieren viele der Geschäfte der Migrantenökonomie für Personen desselben Herkunftslandes als Treffpunkt und Anlaufstelle für Auskünfte und Hilfeleistungen. Gerade für ältere Personen ausländischer Herkunft ist diese Vermittlungsfunktion, welche die UnternehmerInnen nicht zuletzt durch ihre mehrsprachigen Kompetenzen einnehmen, von besonderer Bedeutung, um sich in den Strukturen des Aufnahmelandes zurecht zu finden.

*„Wenn du hier siehst, Quellenstraße, es ist sehr wenig Geschäfte mit österreichischen Inhabern, richtigen Österreichern. (...) Wir sind auch Österreicher, aber mit türkischer Abstammung. (...) Und deswegen ist immer viel los. Weil die kommen hier rein, reden, du erklärst ihm, was geht, was nicht geht. Er geht rüber, der kann jugoslawisch, der kann auch jugoslawisch. Die Leute unterhalten sich hier, kommen hier her, die Alten, nur weil sie manchmal nicht deutsch können. Die Jungen gehen eh sowieso überall hin. (...) Es sind meistens alte Leute, die sich nicht gut ausdrücken können, die kommen, will das haben. Oder er hat Papierkram und sagt "kannst du mir helfen das ausfüllen". Wir füllen das aus, wir tun das schicken per email oder per fax z.B. Pensionsanstalt oder Wiener Gebietskrankenkasse. Oder er hat Probleme beim Finanzamt, er muss Jahresausgleich machen. Es sagt wieder "tuts mir das füllen", wir tun das. Das macht fast jeder in der Straße. Wir haben so viele Anträge hier ausgefüllt, jetzt kenn ich mich schon alles aus (...). Die Leute kommen, die wissen ganz genau, "ah, der kann mir helfen." Ich kann seine Muttersprache und ich kann deutsch. Deswegen hier wird alles angezogen und es lebt so. Es ist nicht wie in Favoritenstraße. In Favoritenstraße sind große Geschäfte. Du gehst rein, das gefällt dir, kaufst. Aber er wird dir nicht mit deine Probleme helfen. Wenn du zum Deichmann gehst, sagst "ich hab Papiere, bitte ausfüllen" er wird Kopf schütteln "brauchst du Schube oder gehst raus" (Lachen) Also hier ist nicht nur das Geschäft, also CDs verkaufen oder Pakete versenden. Die Leute kommen auch mit die Probleme, was sie nicht auskennen. Die bringen Briefe, die wissen nicht, was da oben steht, die verstehen es nicht. Du liest, übersetzt das, sagst denen, was sie machen sollen.“ (B3, Z 128-149)*

### **Brückenbildner**

Angesichts der Fähigkeit von UnternehmerInnen mit Migrationshintergrund die eigene Muttersprache als auch deutsch zu beherrschen, stellen sie eine Art Brückenbildner für Neuzugewanderte oder schon länger Ansässige, die weniger Sprachkenntnisse besitzen, dar: in ihrer Funktion als Anlaufstelle für Auskünfte und Hilfestellungen etwa hinsichtlich behördlicher Wege, wie sie oben der Handyshopbesitzer erwähnt, erleichtern sie anderen Zuwanderern den Zugang in das gesellschaftliche System des Aufnahmelandes. Aber auch durch die Rolle, ArbeitgeberIn gerade für andere MigrantInnen zu sein, welche womöglich sonst weniger Chancen am Arbeitsmarkt hätten, unterstützen sie deren Zugang zur gesellschaftlichen Teilhabe.

Inwieweit die von MigrantInnen geführten Geschäfte ferner als Brückenbildner zwischen Personen unterschiedlicher Herkunft dienen, ist schwierig einzuschätzen. Viele der UnternehmerInnen haben eine hinsichtlich ihres Herkunftshintergrundes gemischte KundInnenstruktur, womit sie zumindest als Orte zufälliger Begegnungen für Menschen unterschiedlicher Herkunft fungieren. Die meisten UnternehmerInnen betonen obendrein, dass sie ein gemischtes Publikum anziehen wollen. Dennoch beurteilen sie ihre Funktion diesbezüglich unterschiedlich.

*„Also hier im 10. Bezirk ist multikulti. Ich schaue, dass ich die Kulturen alle zusammen bringe. Bei mir kommen, egal welche Nationen, ob das Österreicher sind, ob von Ex-Jugoslawien, Polen, Slowaken, Tschechen, Ungar. Ist ja wurscht wer. Türken. Schaue ich immer, dass es miteinander geht, nicht gegeneinander.“ (B7, Z 86-88)*

*„Wir versuchen unser Geschäft sauber zu halten, gut zu führen. Jeden gleich zu behandeln, egal ob einer um einen Euro einkauft oder um 15 Euro einkauft. Aber so eine Funktion, dass wir eine Brücke zwischen Inländern und Ausländern sind, oder im Bezirk eine Funktion, eber nicht.“ (B1, Z 195-197)*

Ihm Rahmen ihrer unternehmerischen Aktivität eröffnen sie nicht nur anderen Personen Gelegenheiten zur Begegnung. Durch die Geschäfts- und KundInnenbeziehungen schlagen sie schließlich selbst Brücken in die Mehrheitsgesellschaft bzw. zu anderen sozialen Gruppen.

## Engagement für den Stadtteil

Auch wenn die Kaufleute der Quellenstraße bisher kaum gemeinsame Initiativen gestartet haben, gibt es einige engagierte migrantische UnternehmerInnen, die vor ihrem Lokal bzw. im öffentlichen Raum etwas bewegen wollen, meist im Sinne von Sauberhaltungs- und Verschönerungsmaßnahmen. Im Rahmen der Initiative „Garteln ums Eck“ der Stadt Wien wurden etwa Baumscheiben eigenverantwortlich bepflanzt und gepflegt, um auch den Mangel an Grünflächen etwas zu kompensieren.

*„(...) wir waren schon wieder im Stadtgarten draußen und wir haben gesagt, ab nächsten Sommer kommen wir wieder Blumen holen. Damit es wieder schön aussieht. Es gibt nicht so viel grüne Fläche. Aber diese kleine Stück macht Freude. Man kann träumen. Einfamilienhaus mit viel Grün. Dann ist man wieder motiviert.“ (E3, Z 266-268)*

Sauberkeit ist vielen ein wichtiges Anliegen, wie der Einsatz eines Unternehmers für einen Mistkübel vor seinem Lokal veranschaulicht oder eine Sauberkeitsaktion, die von einem türkischen Kaffeehausbetreiber unterstützt wurde.

*„Für den Mistkübel (zeigt auf Mistkübel vor seiner Tür, C.A.) hab ich gekämpft, kein Spaß. Das ist das Problem in Österreich, Bürokratie, zu viel Papierkram. Ich bin hingegangen, zur MA 48. Ich hab gesagt, ich möchte einen Mistkübel. Die haben mich woanders hingeschickt, die haben mich woanders hingeschickt.“ (B1, Z 361-363)*

*„Wir haben auch einmal diese Aktion von Kronzeitung hier durchgeführt. Diese Werbeaktion, "die Wiener kehren zusammen". Leute angesprochen, warum wir das machen sollten, warum wir unseren Lebensraum sauber halten wollen.“ (B5, Z 53-55)*

Darüber hinaus gibt es Kaufleute, die durch ihr Handeln zeigen, dass sie Verantwortung für die Leute im Quartier übernehmen: ob als StreitschlichterInnen oder dass sie bedürftigen Personen verbilligtes oder gratis Essen ausgeben oder auch Leistungen erbringen, die von städtischer Seite verabsäumt wurden, wie die Bereitstellung von Trinkwasser im öffentlichen Raum. Auch wenn sie nicht in der nahen Umgebung wohnen, verweist dies auf ihre starken Bindungen zum Quartier.

*„Wir haben das Eisgeschäft drüben, wie gesagt, es sind hier Menschen, die haben manchmal nicht einmal einen Euro oder Kinder, die haben wirklich kein Geld. Die kommen da zu uns und fragen: „darf ich ein Glas Wasser haben“. Und wir geben das denen. Wir sagen dann nicht nein. Sofort bekommen die ein Glas Wasser. Und hier auch, und drüben auch. (...) Es wäre nicht schlecht, z.B. dort einen Trinkbrunnen zu haben. In Österreich oder Wien haben wir super Trinkwasser, das beste Wasser auf der Welt. Wieso nicht? Die Leute sollen trinken. Wie es heuer so heiß war, wirklich, die Leute sind kollabiert. Wir haben einen Wasserkrug hingestellt und ein Glas und die Leute haben sich selber eingesehen und das getrunken. Warum nicht? Das gehört.“ (B1, Z 371-378)*

*„Also ich hab den Vorteil, dass ich auch sehr gut Türkisch spreche. Und wenn es hier Probleme gibt zwischen Jugendlichen, was wir öfters auch leider sehen, dann versuchen wir immer dazwischen zu geben und das zu lösen, also ohne Polizei zu lösen. Dass wir hingehen und sagen, „hey, hörts auf“, die Raufbolde auseinander nehmen und ein Gespräch mit denen führen „hör auf, was machst du da. willst du deine Zukunft ruinieren?“, also Streit schlichten. Nicht sofort die Polizei anrufen und sagen, „Hey, kommst her“. (...) Und, wir versuchen das halt auszubalancieren. ich möchte nicht, dass Jugendliche sich hier streiten wegen nichts und dann bei der Polizei landen und dann einen Strafregister haben. Wir versuchen wirklich das selber zu schlichten.“ (B1, Z 212-220)*

Nicht alle Kaufleute zeigen Interesse daran, sich im Stadtteil zu engagieren und sehen die Verantwortung dafür eher bei der Stadt. Aber auch bei vorhandenem Interesse ist aufgrund des dichten Arbeitsalltages oft wenig Zeit dafür Initiativen zu starten, wodurch sie einen initiierenden Impuls von außen erwarten. Als Hürde sich zu engagieren, wird der teils hohe bürokratische Aufwand und die Langwierigkeit bewertet, wenn man etwas verändern will.

*„Das muss die Stadt machen.“ (B2b, Z 103)*

*„Es wird zu wenig unterstützt von Behörden, wenn man was bewegen will. Und die behördlichen Wege sind immer zu lang.“ (B7, Z 27)*

*„(...) ein Straßenfest war mal geplant. Das Problem ist halt, keiner hat Zeit dafür. Man hat keine Zeit dafür. Das selbstständige Leben ist sehr schwer. (...) Das müsste dann schon eine Außenstelle organisieren und sagen: „Heast, wir machen das, und ihr müsst teilnehmen“, dann gehts. Aber so freiwillig, das macht keiner.“ (B1, Z 324-328)*

Andererseits sieht es die Gebietsbetreuung als mögliche „andere“ Seite, vor dem Hintergrund ihres Zieles des „Empowerments“ und der „Aktivierung“ der Geschäftsleute, mehr als ihre Aufgabe Aktivitäten der UnternehmerInnen, wie beispielsweise ein Fest, zu unterstützen, als ein solches selbst zu organisieren.

*„Und das Thema Fest (...) Da gibt es immer wieder den Wunsch, es wäre schön ein Quellenstraße-Fest zu machen, aber da bin ich noch am Überlegen, wie man das schafft. Ob man so quasi mit ein paar wenigen Leuten einmal einen kleinen Abschnitt macht und hofft, dass sich das dann so schnellballmäßig ausbreitet. Aber wir haben eigentlich gesagt, wir als Gebietsbetreuung setzen denen nicht einfach ein Fest hin. Da muss sich schon eine Gruppe formieren, die dann sagt, "wir machen ein Fest" und wir unterstützen das dann. Und da muss man zuerst einmal die Gruppe zusammenbringen.“ (E1, GB\*10, Z 105-109)*

### Image Quellenstraße: „Verramschung“ oder zukünftige „Beautymeile“?

Inwieweit prägen die von MigrantInnen geführten Geschäfte das Image der Quellenstraße? Wie schon in Kap. 8.1.5 angeführt, werden sie in der Außenperspektive wie diese in den analysierten Printmedien vermittelt wird bis auf die MarktstandbetreiberInnen des Viktor-Adler-Marktes nicht thematisiert. In der Binnenperspektive spalten sich die Wahrnehmungen über die Quellenstraße in Bezug auf die migrantisch geprägten Geschäfte, insbesondere zwischen alteingesessenen und zugewanderten Personen.<sup>75</sup> Bei alteingesessenen ÖsterreicherInnen herrscht oftmals ein negatives Bild oder eine mangelnde Wertschätzung der durch türkische Geschäfte geprägten Quellenstraße vor, welches durch die Begriffe „Verramschung“, „Vertürkung“ oder „Da ist ja nichts mehr“ zum Ausdruck gebracht wird. Teilweise gründet diese Abwertung in Verdrängungsängsten und Identifikationsproblemen. Dennoch gibt es auch unter den Alteingesessenen solche, die die Lebendigkeit im öffentlichen Raum schätzen.

*„Es wird schon von sehr vielen als Niedergang wahrgenommen. Ich finde diese krassen Aussagen so markant, die hab ich sicher vier oder fünf mal gehört, so "da ist ja nichts mehr!", "was wollen sie den machen, da ist ja nix mehr" z.B. bezogen auch ein Nachbarschaftsfest, und zeigen in die StraÙe rein und die ist knall voll. Oder auf der FavoritenstraÙe: "nah, schauen Sie sich das an was aus der FavoritenstraÙe geworden ist. Was da früher war." und zählen dann die alten tollen Geschäfte wie die Gazelle oder so auf. Und dann zeigt man in eine StraÙe rein, die einfach bummvoll ist, wo ein Geschäft nach dem anderen ist. Das ist halt ein Thema mit dem wir arbeiten wollen. Dass es da so ein neues Hinschauen auf das was da ist und eine Neubewertung gibt.“ (E1, GB\*10, Z 274-279)*

*„Die nehmen es zu einem guten Teil nicht positiv war. Man darf da auch nicht zu scharf urteilen. Wenn man seit 60 Jahren hier lebt und alles, die ganze Lebensumgebung, die Menschen, die Geschäftsinfrastruktur, die Nutzung des Raumes einfach ganz anders sind, als es den Großteil des Lebens war, dann ist das für viele Leute jedenfalls nicht angenehm. Aber es gibt auch andere Beispiele. Es gibt auch hin und wieder ältere Favoritner, die sagen, „endlich ist es wieder lebendiger hier, früher so fad.“ Aber gut, die Leute sagen natürlich, das ist eine Verramschung“ (E2, GB\*10, Z 133-137)*

Die *kognitive* Komponente eines Images, dass in der Imagebildung zur Komplexitätsreduktion die Umwelt in selektiertem Zustand erfasst wird, kommt im Bild der „Verramschung“ zum Ausdruck. Dabei werden hauptsächlich die vorhandenen Billigläden wahrgenommen, andere, qualitativ ansprechendere Lokale, die es durchaus gibt, jedoch ausgeblendet. Besonders in der Aussage, dass „da nichts mehr sei“ und gleichzeitig in die Quellenstraße gezeigt wird, in der es nahezu keinen Leerstand gibt, macht die *affektive* Komponente eines Images deutlich: die Beeinflussung der Wahrnehmung durch Gefühle und Wertungen. Die Geschäfte der MigrantInnen werden dabei als „Nichts“ im Sinne von „nichts wert zu Schätzendes“ angesehen. Mit der damit häufig verbundenen Einstellung unter den österreichischen Kaufleuten, dass es somit auch niemanden mehr gäbe, mit dem man etwas machen könne, tritt die *behavioriale* Komponente zutage: der verhaltensbeeinflussende Aspekt von Images (siehe Kap. 5.1.3).

Raumimages entstehen sowohl durch direkte Erfahrung als auch durch indirekte Information, wie sie etwa durch Medien vermittelt wird (siehe Kap. 5.1.3). Demzufolge kann auch in Bezug auf die Quellenstraße davon ausgegangen werden, dass die Binnenperspektive der ansässigen Kaufleute und BewohnerInnen Favoritens zum Teil durch Medien, in denen der migrationsgeprägte Bezirk oft unter dem Aspekt der Kriminalität dargestellt wird, mitbeeinflusst wird. Positive Berichterstattung ist seltener der Fall.

Andere Wahrnehmungsmuster zeigen sich mitunter bei Personen, die neu in die Stadt kommen und noch einen vorurteilsfreien, nicht durch andere Meinungen und Medien geprägten Blick auf verschiedene Stadtteile haben.

*„Da gibt es auch eine hegemoniale Medienwelt, die das immer reproduzieren indem sie es problematisieren oder auch wenn sie versuchen es positiv zu thematisieren. Das ist für viele Leute überhaupt kein Thema, dass das eine völlig von Türken dominierte GeschäftsstraÙe ist. Es wird einfach ganz anders wahrgenommen. Spannend finde ich es dann immer wieder, wenn dann einmal jemand von auÙen kommt, der die Klischees alle nicht mitbringt. Z.B. eine Bekannte, die kommt aus der Schweiz, die wohnt da in diesem Edelviertel beim Elisabethplatz, gleich im 4. Bezirk, und die geht ganz selbstverständlich immer in die FavoritenstraÙe einkaufen und am Viktor-Adler Markt einkaufen, weil das ist die nächste total super (...) weil die Leute im 4. Bezirk, alteingesessene Leute, gehen nicht im 10. Bezirk einkaufen. Und die hat einfach diese ganzen Bilder nicht.“ (E1, GB\*10, Z 298-303)*

Neben der Außenwirkung sozialer Güter und Menschen ist die Wahrnehmungsaktivität der Menschen selbst Basis von Wahrnehmung, die sich auch auf die alltägliche Konstitution von Räumen auswirkt. Die Wahrnehmungsaktivität der Menschen ist im Habitus durch Bildung und Sozialisation vorstrukturiert (vgl. dazu Löw 2001: 197).

<sup>75</sup> Aussagen dazu können jedoch nur auf Basis der Informationen der ExpertInneninterviews gemacht werden, da – um den Rahmen der Arbeit nicht zu sprengen – weder mit autochthon österreichischen Geschäftsleuten noch mit der Wohnbevölkerung Interviews geführt wurden.

Unterschiedliche Erfahrungen, Unterschiede wie und wo man aufgewachsen ist, beeinflussen damit auch die Raumwahrnehmung von Personen. Diese subjektiven Raumwahrnehmungen können sich in kollektiven Vorstellungsbildern verstetigen. Ein solches Verhaften an veralteten, übermittelten Bildern und Vorstellungen lässt sich auch in Favoriten beobachten.

*„Das sind einfach so stehende Sätze, die höre ich jetzt seit zehn Jahren. Da gibts natürlich schon ein paar Leute, die von außen kommen und das sowieso nicht anders kennen. Wenn z.B. Deutsche in den 10. Bezirk kommen, die sehen das ganz anders. Der Wiener hat einfach sein Standardmascherl für den 10. Bezirk und da gibts auch überhaupt keine Weiterentwicklung von diesen Klischees. Das ist immer so ein "früher" und ein "jetzt" und wenn man sich das von früher anschaut, war das nicht besonders aufregend. (...) Es geht also darum, die Geschichte einmal weiter zu erzählen. Die neue Migrationsgeschichte einfach als Teil von der Zeit wahrnimmt, der den Stadtteil mittlerweile schon seit zehn Jahren ausmacht. Mindestens, zehn Jahre bin ich da. Aber ich glaube, das war vorher schon ein Thema, das sicher am Anfang schleichend gewachsen ist aber wirklich jetzt schon lange die Szenerie, die Stadtgestalt, das Stadtleben prägt und das ist es halt.“ (E1, GB\*10, Z 279-289)*

*„Hier zerren noch sehr unterschiedliche Kräfte an sehr unterschiedlichen Richtungen. Die einen, die was zurück haben wollen, was einfach verloren ist, die anderen die dazu kommen und ganz woanders sind. Es ist eine Art von Spannung, die glaub ich nicht überall in Wien so ist. Und Spannung ist immer auch kreativ, letzenendes.“ (E1, GB\*10, Z 254-256)*

Im Nachrücken der jüngeren Generation, die ein anderes Bild des Stadtteils hat, wird eine Veränderung hinsichtlich dieser festgefahrenen Bilder, die auch Abgrenzung zwischen verschiedenen Bevölkerungsgruppen schüren, erwartet.

*„Ich glaube, viele Sachen werden sich demographisch lösen. Die Jungen, die hier aufgewachsen sind, da sind jetzt zehn Jahre vergangen, die damals noch Schulkinder waren, sind jetzt selber wieder in erwerbsfähigem Alter“ (E2, GB\*10, Z 444-446).*

Um die Potentiale der Quellenstraße sichtbarer zu machen, strebt die Gebietsbetreuung einen Bewusstseinsbildungsprozess bei den Gewerbetreibenden und (potentiellen) NutzerInnen der Quellenstraße an. Damit sollen gleichermaßen die unterschiedlichen Wahrnehmungen und Bilder, die über die Quellenstraße herrschen, ausgetauscht werden. Neben der Vernetzung der Kaufleute wird dazu die Entwicklung eines gemeinsamen identitätsstiftenden Images angestrebt, welches auch die Migrantenökonomie miteinschließt. Die bereits zahlreich vorhandenen Friseure legen etwa eine Fokussierung auf den Bereich Mode/Körperpflege nahe, wodurch sich die Quellenstraße von anderen Geschäftsstraßen imagemäßig abheben könnte (vgl. GB\*10 2014: 24). Ein solches Image, ein bewusst geschaffenes Vorstellungsbild im Sinne einer Marke, welche dem „Raum eine andere Verpackung“ gibt – wie Ipsen es formuliert (vgl. Ipsen 1986: 926f) – kann zu einer Neubewertung der Straße und ihrer Qualitäten führen, auch wenn der „Rauminhalt“ derselbe bleibt.

### **Zwischenresümee**

Die von MigrantInnen geführten Unternehmen der Quellenstraße lassen sich als Kleinst- und Kleinbetriebe charakterisieren. Von den InterviewpartnerInnen sind alle ArbeitgeberInnenbetriebe, deren MitarbeiterInnen sowohl aus dem Stadtteil aber meist aus ganz Wien kommen und häufig denselben Herkunftshintergrund wie der/die BetriebsinhaberIn aufweisen. Vor dem Hintergrund, dass in Wien nur 1% der Migrantenökonomie Lehrstellen anbietet, ist der Anteil an zwei Ausbilderbetrieben unter den interviewten UnternehmerInnen der Quellenstraße als nicht zu gering zu bewerten. Neben einem Einzelhandelsbetrieb, in dem aktuell keine Lehrlinge beschäftigt werden, handelt es sich dabei um einen sehr etablierten Friseurladen, in welchem immerhin vier Lehrlinge ausgebildet werden.

Dass mehr als die Hälfte der Geschäftslokale an der Quellenstraße von Personen mit Migrationshintergrund – von denen die meisten aus der Türkei stammen – geführt werden, verdeutlicht, dass der Erhalt einer lebendigen Wirtschaftsstruktur durch den Abzug vieler österreichischer Kleinunternehmen ohne die Migrantenökonomie nicht möglich gewesen wäre. Die Geschäfte stellen vorwiegend Produkte und Dienstleistungen des kurz- und mittelfristigen Bedarfes bereit und dienen vor allem der Wohnbevölkerung zur Nahversorgung. Entsprechend der BewohnerInnenstruktur sind viele Unternehmen dem Niedrig-Preis-Segment zuzuordnen, welche damit lokalen Bedürfnissen – sowohl von Personen ausländischer als auch österreichischer Herkunft – nachkommen. Zugleich gibt es Geschäftsleute, die verstärkt Wert auf ein höheres Qualitätsniveau legen. Vor allem in den letzten Jahren wächst die Zahl an Gewerbetreibenden, denen ein qualitätsvolles Angebot und ein ansprechendes Erscheinungsbild des Lokals ein Anliegen ist und sie infolge mehr in ihre Geschäfte investieren. Obwohl nur die wenigsten Kaufleute sich durch ihre Produkte oder Dienstleistungen ausschließlich an eine bestimmte Herkunftsgruppe richten, bestehen bei einem Teil der ÖsterreicherInnen immer noch Hemmschwellen die durch Zuwanderer bereit gestellten

Angebotsstrukturen zu nutzen. Andererseits gibt es – auch abseits der Lebensmittelbranche und Gastronomie – Bereiche, wie etwa in einem Brautmoden- oder Kleinkindausstattungsgeschäft, in denen kulturell geladenen Güter bereits von ÖsterreicherInnen nachgefragt werden. Dies veranschaulicht, dass die Migrantenökonomie durch ihren Charakter als Kleinunternehmen aber auch durch das Angebot von Gütern, die anderen kulturellen Kontexten entstammen, eine Alternative zum gleichförmigen Angebot internationaler Ketten darstellt und einen wichtigen Beitrag zur Diversifizierung des Angebots leistet. Ein Qualitätsmerkmal der Migrantenökonomie der Quellenstraße ist überdies die persönliche Serviceleistung – angefangen von Reparaturleistungen bis hin zur Möglichkeit von Ratenzahlungen – durch die UnternehmerInnen auf KundInnenbedürfnisse individuell eingehen.

Abseits ihrer Rolle als UnternehmerIn erfüllen die Geschäftsleute der Quellenstraße oft noch andere Funktionen: als Anlaufstelle dienen sie weniger sprachkundigen „Landsleuten“ zur Unterstützung bei behördlichen Wegen, als Treffpunkt und Ort zufälliger Begegnungen von Personen unterschiedlicher Herkunft schaffen sie Verbindungen zwischen Mehr- und Minderheitsgesellschaft und fördern nachbarschaftliche Netzwerke. Einige der UnternehmerInnen zeigen außerdem Engagement für den Stadtteil und Verantwortungsgefühl für die Leute im Quartier. Sauberkeit und die Attraktivitätssteigerung der Straße durch Gestaltungsmaßnahmen ist Vielen ein Anliegen. Dementsprechend wurde die von der Stadt ins Leben gerufene Initiative „Garteln ums Eck“ von mehreren UnternehmerInnen durch die eigenständige Bepflanzung von Baumscheiben realisiert. Die Aktivitäten beschränken sich meist auf das eigene Umfeld. Gemeinsame Initiativen gibt es weniger, was zum einen auf den Zeitmangel angesichts des dichten Arbeitsalltages zurückgeführt wird, zum anderen ein dementsprechender Impuls von anderer Seite erwartet wird.

In den Medien spielt die Migrantenökonomie der Quellenstraße bisher keine Rolle. Das Außenimage des Bezirkes im Allgemeinen wird viel mehr durch Berichte von kriminellen Überfällen geprägt. Vor dem Hintergrund der divergenten Wahrnehmungen der Quellenstraße durch Gewerbeleute und BewohnerInnen, versucht die lokale Gebietsbetreuung einen Austausch dieser Bilder anzuregen und ein gemeinsames identitätsstiftendes Image zu entwickeln. Ein solches vermag obendrein der Migrantenökonomie einen anderen Rahmen zu geben, sie in ein anderes Licht zu setzen, um von einer breiteren Öffentlichkeit in ihren vielfältigen Funktionen wahrgenommen zu werden.

## **9. FALLANALYSE BRUNNENVIERTEL – OTTAKRINGER STASSE, YPPENPLATZ, BRUNNENGASSE**

### **9.1 Das Brunnenviertel als räumlicher Kontext der lokalen Migrantenökonomie**

In den folgenden Kapiteln wird das Brunnenviertel, nach einem kurzen Überblick über seine historische Entwicklung, in den verschiedenen räumlichen Dimensionen, wie sie als Komponenten eines gesellschaftlichen Raumes aufgefasst werden, charakterisiert.

#### **9.1.1 Historischer Hintergrund Bezirk Ottakring**

Vom 16. Wiener Gemeindebezirk Ottakring kann erstmals 1892 gesprochen werden, als man begann die Vororte Wiens in die Stadt einzugemeinden. Der Bezirk Ottakring entstand dabei aus den Gemeinden Ottakring und Neulerchenfeld. Um 1800 hatten die zwei Orte noch sehr unterschiedlichen Charakter: das westlich gelegene Ottakring war seit jeher ein Bauerndorf während Neulerchenfeld zu einem Großteil vom Gartenbau, dessen Erzeugnisse in den Vorstädten verkauft wurden, lebte. Ebenso waren viele Handwerker im Ort angesiedelt. Ab Mitte des 18. Jahrhunderts nahm das Schankgewerbe eine immer größere Bedeutung ein. Von den damals bestehenden 150 Häusern besaßen 103 eine Gasthauskonzession, wodurch der Ort zu Recht als „des Heiligen Römischen Reiches größtes Wirtshaus“ bezeichnet wurde. Mitgrund für das rege Gaststättenwesen in dem ehemaligen Vorort war die Steuereinhebung am Linienwall. Der Linienwall, welcher um die Vorstädte Wiens gebaut wurde, stellte neben Verteidigungszwecken auch eine Steuergrenze dar. So wurden für alle Waren, die in die Vorstädte oder nach Wien gebracht wurden, Steuern erhoben. Dadurch konnten die Wirte in den Vororten, welche sich außerhalb des Linienwalls befanden, billiger verkaufen. Auch das Wohnen war billiger, wodurch viele Arbeiter der Textilbetriebe, welche im heutigen 7. Bezirk lagen, Neulerchenfeld als Wohnstandort wählten.

Nachdem 1835 ein Brand große Teile Ottakrings zerstörte, entstand Neu-Ottakring als Siedlungsgebiet zwischen dem alten Ort Ottakring und Neulerchenfeld. Neu-Ottakring wurde ähnlich wie Neulerchenfeld zum vorrangigen Wohnort für Handwerker und Arbeiter, während der alte Ort Ottakring noch länger den Charakter eines bäuerlichen Dorfes mit Wein- und Obstbau behielt.

Im Laufe des 19. Jahrhunderts und vor allem um die Jahrhundertwende entstanden mehrere Fabriken in Ottakring und Neulerchenfeld, wie etwa 1837 die Ottakringer Brauerei. Indes entwickelte sich Neulerchenfeld immer mehr zur Vergnügungsstätte und damit zum Anziehungspunkt für zahlreiche BesucherInnen. Mit dem Apollo-Saal gab es ein Etablissement für Tanzveranstaltungen und Konzerte, zwei Zirkusse waren dort stationiert und im Gebiet des heutigen Gürtels entwickelte sich ein kleiner „Wurstelprater“. Nach der Eingemeindung – in der Hochblüte der Gründerzeit – stieg die EinwohnerInnenzahl des Bezirkes Ottakring stark an, wobei ein großer Teil der Bevölkerung aus Zuwanderern aus den Kronländern der Monarchie bestand. Um 1900 waren nur gut die Hälfte der BewohnerInnen Ottakrings gebürtige WienerInnen. Der Großteil der Zuwanderer kam aus dem Gebiet des heutigen Tschechiens und der Slowakei. Ähnlich wie Favoriten galt auch Ottakring als Arbeiterbezirk, wobei die Bekleidungsindustrie den größten Arbeitgeber darstellte (vgl. Klusacek/Stimmer 1983: 34-79).

#### **9.1.2 Das materiell-physische Substrat des Brunnenviertels**

##### **Lage und Anbindung**

Das Brunnenviertel liegt im Stadtteil Neulerchenfeld, welcher wiederum Teil des 16. Wiener Gemeindebezirks Ottakring ist. Dieser im Westen liegende Stadtteil Wiens wird durch den Westgürtel<sup>76</sup> von den innerstädtischen

---

<sup>76</sup> Die Gürtel-Straße, gemeinhin als Gürtel bezeichnet, ist wesentliche Verkehrsachse im Westen und Süden Wiens. Aufgrund der mehrspurigen Fahrbahnen geht von ihr eine starke Trennwirkung aus. Neben der räumlichen Barriere ist – historisch bedingt – auch eine gewisse sozialräumliche Grenze durch sie markiert: da im 19. Jahrhundert ab der Linie des heutigen Gürtels eine

Bezirken getrennt und erstreckt sich in Richtung Osten bis zum Wienerwald. Die Ottakringer Straße bildet das nördliche Ende des Brunnenviertels und den Übergang zum 17. Bezirk. Quer zur Ottakringer Straße verläuft die Brunnengasse, welche zwischen Payergasse und Thaliastraße für den Autoverkehr gesperrt ist. Das Quartier ist sehr gut durch den öffentlichen Personennahverkehr erreichbar. Tangential wird das Gebiet durch die U-Bahn Linie 6 erschlossen, radial durch die Straßenbahnlinie 44 entlang der Ottakringer Straße sowie die Linie 2 entlang der Neulerchenfelder Straße.



Abb. 13: Lage und Anbindung Brunnenviertel und Neulerchenfeld (Kartengrundlage Basemap.at, eigene Bearbeitung)

### Bausubstanz & Straßenraum

Der Ursprung des Bezirkes in den gewachsenen Vororten führt dazu, dass das Brunnenviertel in einem weniger streng orthogonal ausgerichteten Raster in Erscheinung tritt als das Gebiet um die Quellenstraße. In dem heute in seiner Bausubstanz zum größten Teil gründerzeitlich geprägten Stadtteil gibt es vereinzelt auch Barock- und Biedermeierbauten, die aus der Zeit Neulerchenfelds als Vorort stammen. Der ursprünglich hohe Substandardwohnungsanteil wurde seit Mitte der 1990er<sup>77</sup> und verstärkt in den letzten Jahren im Zuge des Aufwertungsprozesses durch Sanierungsmaßnahmen an Altbauten, vereinzelt Neubautätigkeiten und Dachgeschossausbauten stetig verringert. Im Zeitraum 2000 bis 2008 gab es im Brunnenviertel 68 Gebäudesanierungen, von welchen in etwa ein Drittel frei finanziert, die restlichen zwei Drittel durch Mittel des Wohnfonds Wien gefördert wurden (vgl. Rhode et.al. 2009: 81).

Aufgrund des Neubaus einer Fernwärmeleitung und der Möglichkeit von EU-Strukturfördermitteln wurde die Ottakringer Straße zwischen Nattergasse und Gürtel im Jahr 2012 neu gestaltet. Das Verkehrs- und Gestaltungskonzept zielten hauptsächlich darauf ab, die Aufenthaltsqualität der Straße zu verbessern. Durch zusätzliche Überquerungsmöglichkeiten für FußgängerInnen, einen Fahrrad- bzw. Mehrzweckstreifen für RadfahrerInnen und Gehsteigverbreiterungen wurde die Verkehrssicherheit erhöht. Die Pflasterung der Gehsteige, Baumpflanzungen, Pflanztröge, vermehrte Sitzgelegenheiten und Trinkbrunnen sorgen darüber hinaus für eine gesteigerte Attraktivität der Straße. Eine vor der Umgestaltung durchgeführte Sozialraumanalyse gibt Einblick in den

Verzehrungssteuer erhoben wurde, waren innerhalb des damaligen Linienwalles die Wohngebiete wohlhabender BürgerInnen zu finden, während sich vor dem Wall einfache ArbeiterInnen, Märkte und Wirtshäuser ansiedelten (vgl. Käfer et.al. 2012: 10).

<sup>77</sup> Die Anzahl an Kategorie D Wohnungen im Zählgebiet Neulerchenfeld hat sich im Zeitraum zwischen 1991 und 2001 um 51% verringert. Im Jahr 2001 lag der Substandardanteil an Wohnungen (Kategorie C und D) dennoch bei rund 20% (vgl. Bartik et.al. 2009: 45).

unterschiedlichen Charakter der Ottakringer Straße innerhalb des Analysegebietes im Straßenverlauf: der Bereich vom Gürtel bis zur Brunnengasse ist stark durch Verkehrslärm geprägt. Es gibt nur wenige Geschäfte und Lokale, die PassantInnenfrequenz ist relativ gering. Auch der obere Bereich ab der Haberlgasse weist eine niedrigere FußgängerInnenfrequenz auf, ist im Gegensatz zum Gürtelbereich weniger Lärmbelastung ausgesetzt. Der zentrale Bereich zwischen Haberlgasse und Brunnengasse zeigt sich hinsichtlich Geschäftsdichte als auch PassantInnenfrequenz am belebtesten. Darüber hinaus ist der Straßenraum durch zahlreiche Gastgärten geprägt (vgl. Stadtland 2012: 29).

Der Yppenplatz gilt mittlerweile als Nabel Neulerchenfelds bzw. des Brunnenviertels. Der westliche Teil des Platzes ist als öffentlicher Freiraum mit Sitz- und Spielgelegenheiten ausgestaltet und wird vor allem durch Kinder, Familien und ältere Personen – oftmals mit türkischem Herkunftshintergrund – genutzt. Im östlichen Teil wurde durch die Neuorganisation des ehemaligen Yppenmarktes eine Aufenthaltsfläche – die sogenannte „Piazza“ – geschaffen, welche heute vorwiegend von den umliegenden Lokalen und deren Gastgärten vereinnahmt wird. Die mittlerweile zahlreichen Szenelokale ziehen vor allem ein junges, studentisches Publikum an. Abseits der zum Großteil des Jahres durch die Gastgärten abgesteckten Konsumzone gibt es nur am Rande des Platzes einen kleinen Bereich mit konsumfreien Sitzmöglichkeiten.<sup>78</sup> Am Wochenende findet um den Yppenplatz ein Bauernmarkt statt. Östlich des Yppenplatzes verläuft die Brunnengasse, welche durch den täglich stattfindenden belebten Brunnenmarkt als „Hauptschlagader“ des Viertels gilt und seit 2005 als Fußgängerzone organisiert ist.

Schon ab den 1970ern gab es immer wieder Überlegungen zur Neugestaltung der damals als Problemgebiet definierten Zone, so etwa auch die Idee Anfang der 90er Jahre anstatt der im östlichen Teil befindlichen Marktlagerhallen eine siebengeschossige Bebauung zu errichten. Die heutige Gestalt des Yppenplatzes geht auf die Rahmenplanung Yppenplatz 1997<sup>79</sup>, welcher mit einem Bürgerbeteiligungsverfahren 1997 startete (vgl. Stadt Wien – MA 18 2000), sowie die neuerliche Umgestaltung 2010 im Zuge des Aufwertungsprozesses zurück.

### **Wirtschaftsstruktur**

Den Stadtteil Neulerchenfeld bzw. das Brunnenviertel durchziehen mehrere Geschäftsstraßen. Im Stadtstrukturplan der Stadt Wien werden die Ottakringer Straße, die Thaliastraße, die Brunnengasse und zum Teil die Neulerchenfelderstraße als Geschäftsstraßen 1. Ordnung bezeichnet.<sup>80</sup> In all diesen Straßenzügen spielt die Migrantenökonomie eine wichtige Rolle, nimmt jedoch je nach Straße unterschiedlichen Charakter hinsichtlich der UnternehmerInnenstruktur (Herkunft, Branchenzusammensetzung, Preissegment der Angebote) an.

Auch Rhode et.al. stellen auf Basis einer 2008 durchgeführten Erhebung der Geschäftsstruktur des Brunnenviertels einige Unterschiede zwischen den verschiedenen Straßen fest. In Bezug auf die Geschäftsstruktur und aufgrund der geringen Leerstandquote kommen sie zu dem Schluss, dass die Thaliastraße die vitalste der Geschäftsstraßen ist. Die Neulerchenfelderstraße hingegen weist vor allem im westlichen Teil einen sehr hohen Anteil an Leerstand auf. Darüber hinaus setzen sich die verbliebenen Betriebe vordergründig aus Wettcafés, Massagesalons und Bars des Rotlichtmilieus zusammen. Der zentrumsnähere Teil der Neulerchenfelderstraße zeichnet sich allerdings durch weniger Leerstand und einen günstigeren Branchenmix aus. Die Ottakringer Straße wiederum sticht durch den hohen Anteil an Gastronomiebetrieben hervor, welcher sich auf 27,38% beläuft.<sup>81</sup> Die Leerstandsrate wird mit 8,3%<sup>82</sup> beziffert. Neben den zahlreichen Cafés, Imbissen und Restaurants ist die Ottakringer Straße – abseits der Filialen von Spar und Penny – weniger durch Lebensmittelgeschäfte sondern durch Läden des mittel- und langfristigen Bedarfs, wie Schuh- und Modegeschäfte sowie diverse andere Fachgeschäfte, geprägt. Dennoch deuten Rhode et.al. das Vorhandensein einiger Wettcafés – im Jahr 2011 waren es sieben – und Billigläden als Niedergang

---

<sup>78</sup> Im Vergleich zur ursprünglichen Planung von 1999 (siehe MA 18 2000: 55) ist der Bereich der konsumfreien Zone heute nur halb so groß als eigentlich geplant, da eine Hälfte zur Gastgartenfläche des Restaurants ANDO umfunktioniert wurde.

<sup>79</sup> Dieses Projekt erhielt maßgeblichen Aufschwung durch das EU-Programm URBAN Wien-Gürtel Plus (vgl. MA 18 1999: 21)

<sup>80</sup> siehe <https://www.wien.gv.at/kulturportal/public/>, abgerufen am 12.1.2015

<sup>81</sup> Die Werte beziehen sich auf den im Brunnenviertel liegenden Teil der Ottakringer Straße.

<sup>82</sup> Bartik et.al. kommen auf eine Leerstandsquote von lediglich 2% und einem Anteil der Gastronomie von 29% (vgl. Bartik et.al. 2009: 50).

der Ottakringer Straße als Einkaufsstraße. Entlang der Brunnengasse und um den Yppenplatz ist der Anteil an Lebensmittelgeschäften deutlich höher als in den übrigen Geschäftsstraßen. Insgesamt überwiegt in der Brunnengasse der Einzelhandel. Neben Lebensmittelgeschäften handelt es sich dabei vorwiegend um Textilgeschäfte.

Im Bereich des Yppenplatzes nimmt die Gastronomie um die Piazza eine Sonderrolle ein, die hauptsächlich der Szenegastronomie zuzurechnen ist und ein junges, urbanes Publikum anzieht. Ebenso finden sich am Yppenplatz Geschäfte, die sich als Creative Industries charakterisieren lassen. Auch die Grundsteingasse, die nur eine Nebenstraße darstellt, sticht durch den hohen Anteil an Ateliers, Galerien und Architekturbüros hervor, welche den Einzugsbereich der Creative Industries in das Brunnenviertel deutlich machen (vgl. Rhode et.al. 2010: 89f.). Ein ähnliches Bild der Unterschiede in der Branchenstruktur der Erdgeschosszonen der verschiedenen Straßen zeichnen Bartik et.al. (2009: 50), wie in unten stehenden Diagrammen deutlich wird.

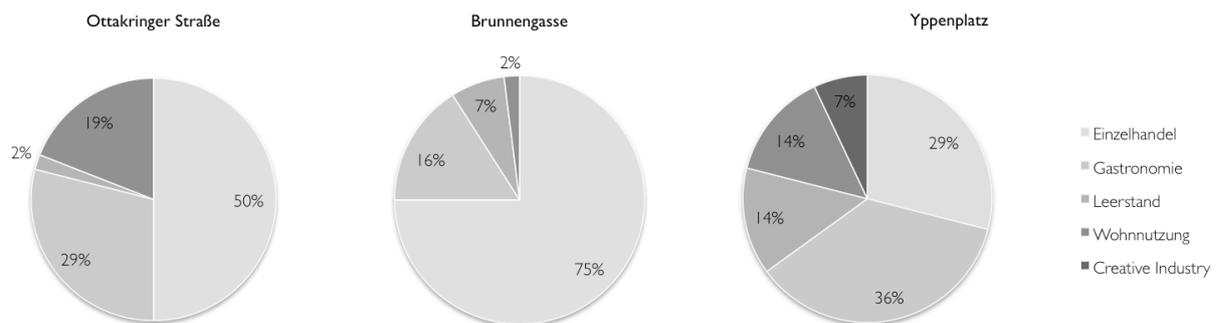


Abb. 14: Nutzungsstrukturen Erdgeschoss, Stand 2007 (Quelle: Bartik et.al. 2009)

Der Anteil der Migrantenökonomie an der betrieblichen Erdgeschossnutzung im Brunnenviertel wird von Rhode et.al. (2010: 93) mit 37% beziffert. Dabei zeigen sich je nach Herkunftsregion der UnternehmerInnen Unterschiede in der räumlichen Verteilung. Während in der Neulerchenfelderstraße und Brunnengasse zahlreiche türkisch geführte Lebensmittel- und Gemischtwarenläden, Restaurants, Imbisse und Textilgeschäfte vorhanden sind, kennzeichnen die Ottakringer Straße die vielen von Personen aus den Nachfolgestaaten Jugoslawiens betriebenen Cafés, Restaurants und Clubs, wie auch eine Mitarbeiterin der GB\*16 bestätigt.

*„Also, die Ottakringer Straße, die ja das Brunnenviertel begrenzt, sag ich mal, die ist Ex-Jugoslawien dominiert. Es gibt dort Bosnier, genauso wie Serben und Kroaten. Und das Brunnenviertel selbst ist mehr türkisch. Aber auch in bestimmten Bereichen, nämlich Neulerchenfelderstraße und entlang des Brunnenmarktes und da aber nur bis zum Yppenplatz. Weil da sind dann sozusagen die Bobo-Lokale (Lachen). Und gerade so Richtung Gürtel, diese Teile, da sind noch einzelne türkische Geschäfte. Also sie haben quasi einen Cluster, man kann da eher von einem Cluster sprechen.“ (E3, GB\*16, Z 63-67)*

Im gesamten Brunnenviertel sind – anders als in der soziodemografischen Zusammensetzung – türkische GeschäftsbetreiberInnen weitaus stärker vertreten als jene aus Ex-Jugoslawien. Ähnlich wie im Analysegebiet im 10. Bezirk korreliert damit der Anteil an von TürkInnen betriebenen Geschäften nicht mit ihrem Anteil in der Wohnbevölkerung, wie auch Rhode et.al. (2010 : 93) feststellen. Dies veranlasst die Gebietsbetreuung zur Annahme, dass die türkischen Geschäfte – zumindest jene, die vorwiegend auf ein türkisches Publikum ausgerichtet sind – einen größeren Einzugsbereich türkischer KundInnen bedienen.

*„so wie die türkische Ökonomie hier sichtbar ist, das stimmt eigentlich überhaupt nicht überein mit dem, wer anwesend ist im Viertel. Da gibts eine Diskrepanz. Weil ganz im Gegenteil, die türkische Bevölkerung hat eher abgenommen hier im Viertel, die sind in die Gemeindebauten gezogen. Was halt vermuten lässt, dass die Läden für einen größeren Einzugsbereich sind. Also, dass die ganz Wien versorgen.“ (E3, GB\*16, Z 48-51)*

In der Brunnengasse lassen sich – ohne Berücksichtigung der MarktstandbetreiberInnen des Brunnenmarktes – 55,3% der Betriebe der Erdgeschosszone der Migrantenökonomie zurechnen (vgl. Rhode et.al. 2010: 90). Nach einer Kartierung von Bartik et.al. (2009: 48) aus dem Jahr 2007 liegt dieser Anteil – vermutlich aufgrund einer anderen Festlegung der Kategorie Migrationshintergrund – noch höher. Ihnen zufolge werden 72% aller Betriebe

der Brunnengasse alleine von türkischstämmigen UnternehmerInnen geführt. Sowohl in der Brunnengasse als auch in der Ottakringer Straße gibt es so manche türkisch geführte Unternehmen (Juweliere, Brautmodengeschäfte, Imbisslokale oder Restaurants), die sowohl im 16. als auch im 10. Bezirk mit Geschäftsstandorten vertreten sind. Eines dieser Unternehmen ist das 1990 gegründete und heute sehr etablierte türkische Restaurant *Kent*. Es war eines der ersten Restaurants, die türkische Küche in Wien anboten und wird mittlerweile an zwei weiteren Standorten im 10. und im 15. Bezirk geführt, eine Eröffnung im 14. Bezirk ist geplant. Die „Kentkette“ ist nach wie vor ein Familienbetrieb, die verschiedenen Filialen werden von Verwandten oder Freunden geführt. Darüberhinaus werden vom Kentgründer ferner zwei türkische Kaffeehäuser betrieben. Ein weiterer „Leuchtturm“ der migrantischen Ökonomie, wie Bartik et.al. (2009: 52) solche etablierten Unternehmen bezeichnen, ist die Bäckerei Gül, welche ebenso mehrere Filialen in Wien betreibt. Sehr gut scheint sich auch der Besitzer des mit mehreren Filialen in Wien vertretenen türkischen Supermarktes Hürpas in der Brunnengasse etabliert zu haben: dort besitzt er neben dem Supermarkt noch eine Fleischerei, Marktstände, ein Hausratsgeschäft sowie eine Pension. Im Bereich der Szenegastronomie hat sich seit seiner Eröffnung 2006 ein Lokal in einer ehemaligen Marktlagerhalle am Yppenplatz einen stadtweiten Namen gemacht, das ANDO. Aufgrund der Zusammensetzung ihrer KundInnenstruktur werden die Gründer des Lokals – drei Brüder mit türkischem Herkunftshintergrund der 2. Einwanderergeneration – als „Pioniere des Szenetreffs“<sup>83</sup> im Stadtteil bezeichnet. Drei Jahre später eröffneten die Brüder angesichts ihres Erfolges im Brunnenviertel schräg gegenüber ein weiteres Restaurant, das hochpreisige An-Do-Fisch.

Im Bereich der Ottakringer Straße im Stadtteil Neulerchenfeld zwischen Johann-Nepomuk-Berger Platz und Hernalser Gürtel sind im Jahr 2011 42% aller genutzten Geschäftslokale der Erdgeschosszone der Migrantenökonomie zuzurechnen.<sup>84</sup> UnternehmerInnen mit Herkunftshintergrund aus den Nachfolgestaaten Jugoslawiens sind mit 24% am häufigsten vertreten, gefolgt von türkischen GeschäftsbetreiberInnen mit 16%. Darüber hinaus waren je ein arabisch, ein albanisch und ein bulgarisch geführtes Geschäft vorhanden.

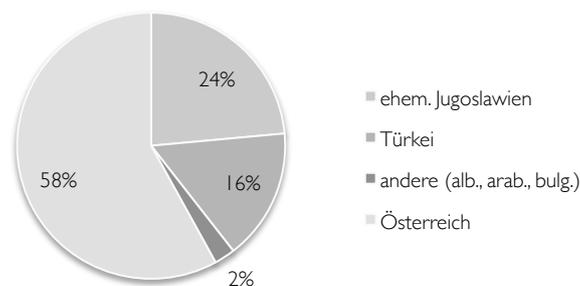


Abb. 15: Herkunftshintergrund UnternehmerInnen Erdgeschosslokale Ottakringer Straße, Stand 2011 (Quelle: Dika et.al. 2011: 236ff)

Die Bekanntheit des Brunnenviertels hängt vordergründig mit dem in der Brunnengasse zwischen Payergasse und Thaliastraße verlaufenden Brunnenmarkt zusammen. Mit 170 Marktständen ist er der längste ständige Straßendetailmarkt Europas. Die vormals getrennten Marktgebiete des Yppenmarktes, dessen Entstehungsgeschichte bis 1872 zurück reicht und des Brunnenmarktes wurden 2009 zusammengelegt. Im Rahmen des Aufwertungsprozesses im Brunnenviertel (siehe Kap. 9.1.4) wurden zwischen 2005 und 2010 zahlreiche Maßnahmen zur Sanierung des Marktes durchgeführt (vgl. Stadt Wien). Laut Auskunft der zuständigen Marktamtsabteilung werden aktuell (Stand November 2014) 56% aller Marktstände von türkischstämmigen Personen betrieben, 19% von ÖsterreicherInnen und 7% von InderInnen. Teilweise werden dabei mehrere Stände von einem

<sup>83</sup> Siehe Die Presse, <http://diepresse.com/home/panorama/integration/591308/print.do>

<sup>84</sup> Die folgenden Angaben basieren auf einem UnternehmerInnenverzeichnis, welches von der Gebietsbetreuung Stadterneuerung des 16. Bezirks erhoben wurde und in der Publikation „Balkanmeile. 24 Stunden Ottakringer Straße“ (Dika et.al. 2011) veröffentlicht ist. Für die selbst durchgeführte Kategorisierung der UnternehmerInnen nach Herkunftshintergrund wurden Name und Sprache der EigentümerInnen herangezogen. Eine Mitarbeiterin der GB\*16 bezifferte den Anteil der Migrantenökonomie an der Ottakringer Straße jedoch höher (68%) als die Auswertung ergab (vgl. E3, GB\*16, Z 57).

Unternehmer/einer Unternehmerin geführt. Ebenso ist so mancher Geschäftsbetreiber eines Erdgeschosslokales der Brunnengasse, wie etwa der Eigentümer der Supermarktes Hürpaş, darüber hinaus Besitzer eines Marktstandes. Der Brunnenmarkt war und ist gerade für Zuwanderer wichtige Anlaufstelle als Arbeitsstätte. Im Laufe der Jahre lässt sich dabei ein Wandel der Herkunftsstruktur der MarktstandbetreiberInnen festzustellen.

*„Wobei ich höre immer wieder, dass sich von den Zuwanderern, von den Marktstandlern auch die Strukturen, also die Herkünfte verändern. Also mein Kollege, der schon seit 20 Jahren hier ist in der Gebietsbetreuung, der hat gesagt, ursprünglich waren sie tschechisch/ böhmisch, dann sind sie türkisch geworden und jetzt kommen zu den türkischen Zuwanderern, sieht man auch vereinzelt jetzt, Inder, Pakistani. Die sind dann meist keine Gemüsehändler, sondern bieten Textilien an. Aber der Grünmarkt, Gemüse, ist schon eher in türkischer Hand.“ (E3, GB\*16, Z 123-127)*

### Sozialstrukturelle Merkmale der lokalen Wohnbevölkerung

Die sozialstrukturellen Daten beziehen sich auf das Zählgebiet Neulerchenfeld (siehe Abb.12, Begrenzung des Luftbildes), innerhalb dessen das Brunnenviertel liegt.

Insgesamt leben im Zählgebiet Neulerchenfeld 13.823 Personen. Hinsichtlich der Altersverteilung lässt sich feststellen, dass der Anteil an unter 15-Jährigen mit 13% als auch der über 64-Jährigen mit 13,1% etwas geringer als im Wiener Durchschnitt als auch im Analysegebiet um die Quellenstraße ausfällt. Höher als im Wiener Durchschnitt als auch im Analysegebiet im 10. Bezirk ist hingegen der Anteil an Personen zwischen 15 und 64 Jahren.

Altersgruppe	Anzahl Personen	Anteil	Wiener Durchschnitt
Unter 15 Jahre	1801	13%	14,3%
15 bis 64 Jahre	10205	73,8%	68,7%
Über 64 Jahre	1817	13,1%	17%

Tab. 11: Altersgruppen Wohnbevölkerung Neulerchenfeld (Quelle: Statistik Austria, POBREG, Stichtag 1.1.2014)

Ähnlich wie im Fallbeispiel Quellenstraße setzt sich im Stadtteil Neulerchenfeld die Wohnbevölkerung hinsichtlich ihrer Herkunft zusammen. Genau die Hälfte der dort lebenden Personen hat – der Definition der Stadt Wien zufolge – Migrationshintergrund. Die relativ größte Gruppe stellen mit 11% Zuwanderer aus Serbien und Montenegro dar. Bei 8% der Wohnbevölkerung liegt die Migrationsbiographie in der Türkei. Der hohe Anteil an Personen mit Migrationshintergrund spiegelt die Bevölkerungsbewegung der letzten Jahrzehnte im Brunnenviertel wider: zwischen 1990 und 2001 vollzog sich eine starke Verringerung der Wohnbevölkerung mit österreichischer Staatsbürgerschaft, während der Zuzug von Personen mit ausländischer Staatsbürgerschaft diese Bevölkerungsabnahme im Gebiet beinahe kompensierte (vgl. Smetana 2010: 1277).

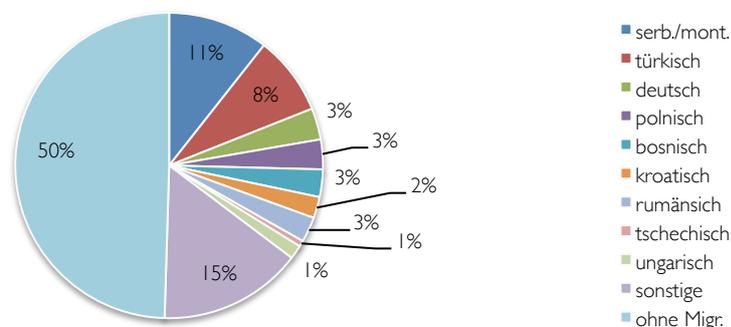


Abb. 16: Wohnbevölkerung Neulerchenfeld nach Migrationshintergrund (Quelle: Stadt Wien, MA 23, Stichtag 1.1.2014)

Der Stadtteil Neulerchenfeld weist eine höhere Arbeitslosenquote als der Wiener Durchschnitt auf: mit 12% liegt diese in etwa gleich hoch wie im Analysegebiet im 10. Bezirk<sup>85</sup>. Im Ranking der realen Kaufkraft nach Bezirken liegt der Bezirk Ottakring mit Platz 17 der 23 Bezirke auf eher niedrigem Niveau, welches dennoch etwas höher als in Favoriten ist (vgl. OGM 2009: 169).

Ein wesentlicher Unterschied in der sozioökonomischen Struktur der Wohnbevölkerung zum Analysegebiet im 10. Bezirk zeigt sich beim Blick auf die höchst abgeschlossene Ausbildung. Während im Gebiet um die Quellenstraße der Anteil an Personen, welche eine Lehre als höchste abgeschlossene Ausbildung haben, höher ist, wohnt in Neulerchenfeld ein größerer Anteil an Personen, die eine höhere Schule (AHS, BHS) oder eine Hochschule absolviert haben. Vergleicht man diese Daten mit jenen aus dem Jahr 1991 und 2001, zeigen sich beträchtliche Veränderungen: während 1991 nur 5,25% einen hochschulähnlichen Abschluss hatten, waren es 2001 9,03% und zehn Jahre später im Jahr 2011 16%.<sup>86</sup> In Bezug auf den sozioökonomischen Status zeigt sich die Wohnbevölkerung in Neulerchenfeld – zumindest hinsichtlich des Merkmales Ausbildungsniveau – heterogener als im Gebiet um die Quellenstraße.

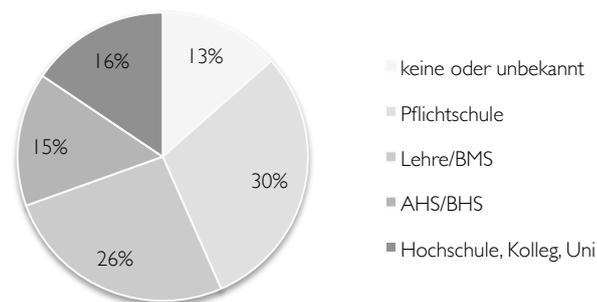


Abb. 17: Höchste abgeschlossene Ausbildung Wohnbevölkerung Neulerchenfeld (Quelle: Stadt Wien - MA 23, Daten Registerzählung 2011)

### 9.1.3 Gesellschaftliche Interaktions- und Handlungsstrukturen im Brunnenviertel

Das Brunnenviertel ist von der Zusammensetzung der Bewohnerschaft und NutzerInnengruppen – von StudentInnen, der KünstlerInnenszene, verschiedenen MigrantInnengruppen bis hin zu alteingesessenen ÖsterreicherInnen – sehr heterogen, wodurch es oftmals als Viertel mit einer gelungenen sozialen Durchmischung wahrgenommen wird, wie etwa von einer Mitarbeiterin der Wirtschaftsagentur Wien.

*„Ich glaube, dass die Durchmischung im Brunnenviertel eher funktioniert. Und ich meine aber die gesellschaftliche Durchmischung der Wohnbevölkerung. Mittlerweile sieht man am Brunnenmarkt jeden.“ (E5, Z 181-182)*

Dennoch leben die verschiedenen sozialen Gruppen mehr neben- als miteinander. So gibt es neben Räumen, wie dem Bereich um den Brunnenmarkt, der von den verschiedensten sozialen Gruppen aufgesucht wird, auch welche, die nur von bestimmten Gruppen genutzt werden. Dies lässt sich beispielsweise am Yppenplatz beobachten: während der westliche Teil, der als konsumfreier Raum mit diversen Spielgelegenheiten und Sitzmöglichkeiten angelegt ist, vorwiegend von Kindern, Familien und älteren Leuten mit türkischen Migrationshintergrund genutzt wird, sind die Schanigärten der Szenegastronomie im östlichen Bereich überwiegend mit einem jungen, akademischen Publikum gefüllt. Dieses Nebeneinander – insofern es konfliktfrei funktioniert – ist jedoch nicht zwangsläufig als negativ zu bewerten, wie Mitarbeiterinnen der Gebietsbetreuung im 16. Bezirk konstatieren.

<sup>85</sup> Quelle MA 23, Daten: Registerzählung 2011, Berechnung MA 23

<sup>86</sup> Zum Vergleich: Wien weit lag der entsprechende Anteil 1991 bei 7%, 2001 bei 10,10%, 2011 bei 17,9% (vgl. Rhode et.al 2009: 128; Statistik Austria 2011)

„Es ist zwar dieses Nebeneinander, was manche kritisieren. Aber vielleicht muss man das auch einfach so akzeptieren, dass es so ist.“ (E4, GB\*16, Z 445)

„Wir sind ja Stadt. Und da ist Nebeneinander (...) weil das so romantische Miteinander, das ist eigentlich nicht Stadt.“ (E3, GB\*16, Z 448)

Andererseits gibt es auch Bestreben die verschiedenen Gruppen im Viertel stärker zu integrieren. In dieser Hinsicht gab es etwa Bemühungen der Gebietsbetreuung die KünstlerInnenszene und die Migrantenökonomie mehr zu verknüpfen, was bisher jedoch nicht wirklich gelungen ist. In der nachrückenden Generation von MigrantInnen werden dabei Potentiale gesehen, offener den verschiedenen Entwicklungen im Quartier zu folgen.

„Aber ich kann mich erinnern, oder was ich so nachgelesen habe von den Vorgängern von mir, die sich mit dem Viertel auseinander gesetzt haben, die haben sich immer bemüht, die Künstlerszene und die migrantische Ökonomie, dass sie die mehr zusammen bringen und dass es da mehr Synergien gibt. Das hat aber nicht wirklich funktioniert. Scheint wirklich nur nebeneinander ganz gut zu funktionieren. Oder vielleicht kommen die Effekte erst später. Weil jetzt denke ich daran, was Sie anfangs gefragt haben, wegen Veränderungen: die nächste Generation ist schon besser ausgebildet und beobachtet auch, was machen die anderen. Und nehmen das dann vielleicht auch mehr auf. Das ist ein Prozess.“ (E3, GB\*16, Z 159-164)

Die Veränderungen im Stadtteil – sowohl der hohe MigrantInnenanteil und die von ihnen geführten Geschäfte, aber auch die zunehmende „Boboisierung“ – werden von der Bevölkerung sehr unterschiedlich wahrgenommen. Für die einen hat das Viertel dadurch ein besonderes Flair erhalten und war ausschlaggebend, es als Wohnort zu wählen. Für andere, vor allem für ältere Personen die schon lange im Viertel wohnen, wird es dadurch mitunter schwieriger sich mit der veränderten Wohnumgebung zu identifizieren, was nicht zuletzt den Nährboden für Ressentiments gegenüber AusländerInnen bildet.

„Also die Verbitterten gibts schon auch. Da kriegt man immer wieder mal so Anrufe, wo man eigentlich gar nicht zuhören kann, wirklich schlimm. Teilweise sind die halt einfach frustriert und man merkt aber auch, dass sie sich plötzlich allein gelassen fühlen. Klingt dann halt furchtbar, total ausländerfeindlich im Prinzip. Aber eigentlich merkt man, dass es aus dem entsteht, dass sie sich nicht mehr identifizieren können mit der Nachbarschaft. Oder sogar das Haus selber, sich die Bewohnerschaft so stark verändert, dass sie eigentlich keinen mehr haben. Oder dass ihnen selber die Netze weg brechen. Und das muss man auch ernst nehmen. Kommt auch vor.“ (E4, GB\*16, Z 512-517)

Aber auch unter „neueren“ BewohnerInnen des Brunnenviertels, die gerade wegen der vermeintlichen Multikulturalität des Viertels hergezogen sind, gibt es welche, die schließlich die soziale Heterogenität als Unsicherheitsfaktor wahrnehmen.

„Dass er sich abends doch auch ein bisschen unsicher fühlt, weiß ich nicht, weil vom Gürtel andere Leute auch unterwegs sind. Da sind sich manche nicht so bewusst, dass sie da in einer Zone wohnen, die halt durchmischer ist, mit den unterschiedlichen Hintergründen, Lebensstilen, sozialen Schichten.“ (E3, GB\*16, Z 189-192)

Neben Konfliktlinien, die sich zwischen Alteingesessenen und Zuwanderern aufspannen und eher in ablehnenden Haltungen als in offenen Auseinandersetzungen ihren Ausdruck finden, gibt es solche auch zwischen verschiedenen Zuwanderergruppen.

„Aber dass es schon Konfliktlinien auch gibt zwischen PensionistInnen, die schon sehr lange hier sind und in der ersten Abwanderungswelle zurück geblieben sind, also so 70er, 80er Jahre, wo so die ersten Abwanderungen an den Rand der Stadt eingesetzt haben. Die sind zurück geblieben. Und die türkischen Zuwanderer sind gekommen und haben halt die Wohnungen in den Häusern besetzt und den öffentlichen Raum. Dass sie sich nicht mehr so identifizieren können mit dem Viertel. Und dass wir darauf bisher gar nicht so geschaut haben. Da gibts noch viele andere. Eben schon die angesprochenen zwischen Türken und den neuen Zuwanderern aus Bulgarien und Rumänien.“ (E3, GB\*16, Z 499-505)

Ein Vertreter des Club International (C.I.) am Yppenplatz – Café und Verein, welches ursprünglich als Anlaufstelle für MigrantInnen zur Wohnrechtsberatung gegründet wurde – beobachtet in den letzten Jahrzehnten ein abnehmendes Toleranzverhalten in der Wohnbevölkerung.

„Vor 30 Jahren, als ich das Café aufgemacht habe, war ich überrascht, wie tolerant die Leute hier sind. (...) Die haben zwar ein bisschen gemault, "Ausländer haben wir eh schon genug da", aber das war es. Sie haben dann ziemlich bald gesehen, dass wir keine kleinen Kinder fressen und sind auch als Gäste her gekommen. Das war wirklich angenehm. Und heute ziehen da am Dachboden, jetzt in die neu ausgebauten Dachböden, ORF-Mitarbeiter und Manager ein und Ärzte, die sagen "ob, ich habe im Hof eine Maus gesehen. Das Café ist schuld." Und das Fania, da drüben das Lokal, kämpft seit fünf Jahren gegen eine Nachbarin die oben eingezogen ist, nachdem es das Fania schon gegeben hat. Und die angekündigt hat, "wenn ich die Wohnung krieg, bring ich euch um." Und sie wissen, wie sie agieren müssen, um dem Lokal wirklich zu schaden. Also, die Bevölkerung ändert sich. Die Strategien der Bevölkerung ändern sich. Der Umgang miteinander ändert sich. Es gibt schon Änderungen im Viertel.“ (E5, Z 90; 101-108)

Dennoch gibt es im Brunnenviertel einige Institutionen und Akteursnetzwerke, die das Zusammenleben der Wohnbevölkerung oder das gemeinsame Agieren fördern und unterstützen. Eine bedeutende Institution, die schon

seit 1983 existiert, stellt der eben erwähnte Club International dar. Das Kaffeehaus, welches heute ein sehr buntes Publikum anzieht – eine „Mischung aus Jungen, Studenten, Alternativen, Althippies, Freiberuflern, Journalisten, Leute die gerne Zeitung lesen“ (E5, Z 140) – wurde mit dem Zweck als niederschwellige Anlaufstelle für den Verein zu dienen, eröffnet.

*„Und wir haben uns gedacht, hier sind die Ausländer, hier machen wir ein Kaffeehaus als Anlaufstelle. In ein Kaffeehaus trauen sie sich rein und da erzählen sie mir an der Bar, welche Wohnungsprobleme sie haben. Und dann habe ich gesagt "ok, komm nach hinten. Setzen wir uns da an den Tisch, erzähl mir das genauer.““ (E5, Z 58-61)*

Heute bietet der Verein anstatt der Mietrechtsberatung Sprachkurse für ImmigrantInnen sowie Vorbereitungen für die Staatsbürgerschaftsprüfungen an. Darüber hinaus werden Zimmer an Zuwanderer und StudentInnen vermietet. Durch die Aktivitäten des Club Internationals bezeichnen Rhode et.al. (2010: 59) den Verein auch als „Kristallisationspunkt der Integrationsarbeit“ und „Schlüsselakteur im sozialen Netzwerk“ des Brunnenviertels. Die Räumlichkeiten im hinteren Teil des Kaffeehauses werden schließlich immer wieder von Bürgerinitiativen oder anderen Gruppen als Treffpunkt genutzt.

*„Und am Anfang waren ein paar Bürgerinitiativen, die treffen sich nach wie vor hier. Anarchistengruppen haben sich getroffen. Politisch bewusste Leute. Gewerkschaftsgruppen haben da ihre Arbeitskreise, Sitzungen gemacht. Es kommen nach wie vor so Gruppen, die irgendwas miteinander tun. Wir haben da hinten so ein Klassenzimmer, wo Leute miteinander was reden können, die Tür zu machen können und sie werden nicht gestört. Politisch, sozial aktive Menschen und das freut mich, dass solche Leute ins Haus kommen.“ (E5, Z 144-148)*

Auch für die Bürgerinitiative „Forum Yppenplatz“, die den Bau eines mehrgeschossigen Gebäudes am Yppenplatz in den 1990er Jahren verhinderte, war das C.I. mit seinem Besitzer Wolfgang Veit, der Teil der Bürgerinitiative war, wichtige Anlaufstelle.

Eine bedeutende Einrichtung der Caritas Wien zur Schaffung von Berührungspunkten zwischen verschiedenen Bevölkerungsgruppen ist die seit 2007 am Yppenplatz in einer ehemaligen Markthalle bestehende Brunnenpassage. Diese versteht sich als „KunstSozialRaum“, welcher die gesellschaftliche Teilhabe durch Kunst und Kultur fördern will. Neben dem Ziel, den in kulturellen Einrichtungen der sogenannten „Hochkultur“ unterrepräsentierten Gruppen – wie einkommensschwachen Personen, Menschen mit geringen Bildungsniveau oder MigrantInnen – den Zugang zu Kunst und Kultur zu ermöglichen, ist es ebenso Anliegen der Brunnenpassage „Begegnungen zwischen sich sonst segregierenden Bevölkerungsgruppen zu initiieren“ (Brunnenpassage o.A.). Dafür wird ein vielfältiges Programm (Tanz- und Stimmworkshops, Theater, Chorproben, Kino, etc.) angeboten, dessen Teilnahme kostenlos ist.

Auch durch das Kunst- und Stadtteilprojekt SOHO in Ottakring, welches von Ula Schneider 1999 ins Leben gerufen wurde, werden Möglichkeiten der Partizipation im lokalen Umfeld geschaffen und Kooperationen zwischen KünstlerInnen, verschiedenen ortsansässigen Gruppen und Institutionen, wie Schulen, Jugendzentren, der Gebietsbetreuung oder den ansässigen Geschäftsleuten, hergestellt. Das nunmehr biennial stattfindende zweiwöchige Festival setzt sich mit aktuellen Themen des Stadtteils auseinander und bespielt mit unterschiedlichen künstlerischen Aktivitäten Ateliers, Leerstände und den öffentlichen Raum (vgl. SOHO o.A.). Innerhalb partizipativer Projekte werden auch die Wohnbevölkerung und BesucherInnen zur Teilnahme angeregt, wobei der Einbezug der migrantischen Bevölkerungsgruppen noch als verbesserungswürdig angesehen wird (vgl. Rhode et.al. 2010: 141). Durch die mit verschiedensten AkteurInnen und Institutionen hergestellten Kooperationen und Interaktionen mit der Wohnbevölkerung charakterisieren Rhode et.al. (ebd.: 58) SOHO in Ottakring als „Netzwerkknoten“. Die Gebietsbetreuung, die vor kurzem in einem ehemaligen Gasthaus im Hippviertel im 16. Bezirk ein Lokal für die Nachbarschaft eingerichtet hat, in welchem durch verschiedene Aktivitäten der Bewohnerschaft die Möglichkeit geboten wird miteinander in Kontakt zu treten, spricht SOHO ebenso die Funktion der Erzeugung von Interaktion und Kommunikation zu.

*„So tritt man in Kontakt, in Interaktion. So entsteht dann Austausch. Ja, aber da arbeiten wir noch daran. Aber diese Angebote, die wir jetzt in der Herbststraße setzen, das gab es im Brunnenviertel sehr viel durch SOHO in Ottakring. Weil die ja Kunst im öffentlichen Raum gemacht haben über 10 Jahre und da gabs genau diese Angebote auch. Waren nur immer zeitlich beschränkt aber die Bewohner sind gewohnt, doch in Beziehung zu treten. Die unterschiedlichen Herkünfte.“ (E3, GB\*16, Z 578-581)*

Die Effekte beschränken sich dabei nicht nur auf die aktiv teilnehmenden Personen. Kunst im öffentlichen Raum regt andere Ideen an und lässt durch Beobachtung und Neugier mitunter Kommunikation entstehen. Dies entspricht der Feststellung Läßples (2007: 135), dass die Anwesenheit anderer sozialer Akteure – in diesem Fall das Milieu der KünstlerInnen – auf der Ebene des gelebten Alltags „Anstöße für neue Ideen und Entwicklungen“ mit sich bringen kann.

*„Aber sie haben doch immer so einen Nebeneffekt. Die Leute bewegen sich ja dann doch durchs Viertel und sie beobachten und sehen. Und wenn sie vielleicht noch nicht aktiv teilnehmen, sind es immer so indirekte Effekte. Was ich annehme, dass es die Atmosphäre einfach verändert. Oder einfach etwas tun im öffentlichen Raum. In diesen Pflanztrögen in der Ottakringer Straße hat eine türkische Familie Petersilie angebaut. (Lachen) Das hat jemand beobachtet und hat nachgefragt. Das ergibt dann einfach Kommunikation. Aber das so gemacht und getan wird, ich meine, das ist jetzt weit hergeholt, aber ich glaube das entsteht schon auch aus der Beobachtung, dass das schon mal irgendwo gegeben worden ist, dass man da auch mal was anpflanzen kann.“ (E3, GB\*16, Z. 585-591)*

Der Kunstinitiative wird auch ein wesentlicher Beitrag zur Aufwertung des Viertels und zur Neupositionierung des Images zugesprochen. Kritische Stimmen sehen daher im Festival auch die Gefahr der Beschleunigung des Gentrifizierungsprozesses, da ebenso das Interesse der InvestorInnen geweckt wurde, deren Aktivitäten Auswirkungen auf die Zusammensetzung der Wohnbevölkerung haben können (vgl. Bartik 2009: 97; Rhode et.al. 2010: 60).

„Recycling Kosmos“, eine lokale Initiative aus AnrainerInnen, die sich aus Kritik an der Geschäftsstruktur der Ottakringer Straße im Zuge des Bürgerbeteiligungsverfahrens zur Umgestaltung der Straße 2011 formierte, hat es sich zum Ziel gesetzt, die Ottakringer Straße als „Straße des nachhaltigen Wirtschaftens zu positionieren“. Daher unterstützt sie die Ansiedelung von Handwerks- und Reparaturbetrieben und kooperiert mit Upcycling-KünstlerInnen und sozialökonomischen Projekten. Zugleich bieten sie Workshops, Kurse und Themenabende im Bereich Reparatur und Recycling an.

Vereine und Organisationen von einzelnen Zuwanderergruppen spielen auch im Brunnenviertel eine bedeutende Rolle. In dem breiten Spektrum, welches sich bei TürkInnen oftmals nach religiöser Ausrichtung auffächert, wird die Inhomogenität innerhalb einzelner Herkunftsgruppen deutlich. Diese Heterogenität verweist auf die Problematik von der Migrantenökonomie zu sprechen, insofern von einer Einheitlichkeit ausgegangen wird.

*„Dass Zuwanderung, dass man nicht davon ausgehen darf, dass sie homogen sind. (...) Und so ist es bei den Unternehmern auch. Und bei den Türken kommt noch einmal das Religiöse dazu, mit dem man sich auch noch beschäftigen muss. Ich kenne mich nicht aus, aber da gibts ja dann diese Milli Görüş Organisation und diese Atip und die Grauen Wölfe und was weiß ich. Wobei Milli Görüş ist in Österreich z.B. erlaubt, in Deutschland ist es verboten. Milli Görüş ist eine Organisation aus der Türkei, die aber hier das Leben auch quasi organisiert, für Religionsunterricht, für Kinderbetreuung sorgt, für Studentenwohnheim – weil wir haben eines in der Koppstraße.“ (E3, GB\*16, Z. 426-434)*

Zusammenfassend lässt sich für das Brunnenviertel feststellen, dass es eine recht breite Palette an Initiativen und Einrichtungen gibt, die zum Aufbau und zur Stärkung der sozialen Beziehungen und Kommunikation innerhalb der Bevölkerung beiträgt.

#### **9.1.4 Institutionalisiertes und normatives Regulationssystem Brunnenviertel**

##### **Lokale Planungsstrategien und Programme**

Der vormals primär als „Verkehrshölle“ und Schauplatz des „Rotlichtmilieus“ wahrgenommene Westgürtel (Käfer/Gstir 2012: 15), mit den daran anschließenden dicht bebauten gründerzeitlichen Stadtvierteln wurde seitens der Stadtpolitik in den 1990er Jahren aufgrund struktureller Defizite zur städtischen Problemzone definiert. Unter anderem wurde dabei auch das Brunnenviertel aufgrund zahlreicher schlecht ausgestatteter Wohnungen, eines Mangels an Freiräumen und des hohen Anteils an Personen, die unter sozialer Benachteiligung leiden – wie MigrantInnen, Arbeitslose, ältere Menschen – als ein solches Problemgebiet aufgefasst (vgl. Stadt Wien 2000 – MA 18: 15). Der Gürtel sowie die gürtelnahen Gebiete wurden somit zum Fokus eines strategischen Erneuerungs- und Aufwertungsprozesses, wodurch das Brunnenviertel zwischen 1995 und 2010 Zielgebiet vieler städtischer Interventionen war. Die folgenden Entwicklungsprogramme, die in ihren Gebietsbegrenzungen variieren, betrafen auch das Brunnenviertel (vgl. Bartik et.al. 2009: 79):

- URBAN 1 - „Wien Gürtel Plus“ (1995-2000)
- Zielgebiet Gürtel (2001-2006)
- Aufwertungsprozess Brunnenviertel (2001-2010)
- Westgürtel – Zielgebiet der Stadtentwicklung (2005-2015)

Durch den Beitritt Österreichs zur EU 1995 wurde es möglich Fördergelder zu lukrieren, die im Rahmen des EU Programms URBAN zur Verbesserung der Lebensbedingungen europäischer Städte vergeben wurden. So entwickelte Wien das Programm **URBAN – Wien Gürtel Plus**, wodurch die Gürtelzone erstmals zum finanziellen Fokus der Stadtpolitik wurde (vgl. ebd. 80). Im Brunnenviertel gab es schon in den 70ern als auch Anfang der 90er immer wieder Überlegungen zur Umgestaltung des Yppenplatzes, wie etwa die Idee im Jahr 1993, die bestehenden Lagerhallen abzureißen und einen siebengeschossigen Neubau zu errichten, was ausschlaggebend für die Gründung der Bürgerinitiative „Forum Yppenplatz“ war, die sich dagegen auflehnte. Durch das URBAN-Wien Gürtel Plus Programm, dessen Mittel bis 1999 ausgeschöpft werden mussten, kam von städtischer Seite neuerlich Schwung in die Debatte zur Umgestaltung des Yppenplatzes, wodurch 1997 ein Planungsverfahren für den „Rahmenplan Yppenplatz“ startete, welcher schließlich 1999 umgesetzt wurde (vgl. Stadt Wien – MA 18: 21f). Nach Auslaufen des EU Programms wurde 2001 der Gürtel mit den angrenzenden Stadträumen zum offiziellen **Zielgebiet** durch die Wiener Stadtregierung erklärt, um die bereits gesetzten Entwicklungsimpulse fortzuführen. Dafür wurde ein breit angelegtes BürgerInnenbeteiligungsverfahren gestartet. Aufgrund der räumlichen und inhaltlichen Schwerpunkte, die vor allem im Verkehrsbereich sowie in gestalterischen Maßnahmen am Gürtel lagen, war es vor allem der Imagewandel des Gürtels, von welchem auch das Brunnenviertel profitierte.

Der „**Aufwertungsprozess Brunnenviertel**“ fokussierte schließlich alleinig auf das Brunnenviertel und nahm seinen Ausgangspunkt ebenfalls 2001, als der Brunnenmarkt in das „50 Orte Programm zur Attraktivierung des öffentlichen Raumes“ der Stadt Wien aufgenommen wurde. Hintergrund war eine beobachtbare Abwärtsspirale, die sich am Markt mit sinkender KundInnenfrequenz und steigendem Leerstand der Geschäftslokale in der Brunnengasse zeigte (vgl. Bartik et.al. 2009: 87f). Die Gebietsbetreuung Ottakring wurde im Planungsprozess zur zentralen Vernetzungsdrehscheibe und Informationsplattform. In einem einjährigen BürgerInnenbeteiligungsverfahren mit BewohnerInnen des Viertels, MarktstandbetreiberInnen und ansässigen Geschäftsleuten wurde ein Ziel- und Maßnahmenkatalog erarbeitet. Während die Aktivierung der österreichischen Wohnbevölkerung und der MarktstandlerInnen als gelungen angesehen wird, wurde die fehlende explizite Einbindung von MigrantInnen kritisiert (vgl. Smetana 2010: 1277ff; Tadler/Breitfuss/Glanzer 2004: 83). Auf Basis verschiedener erarbeiteter Konzepte (Entwicklungskonzept, Gestaltungskonzept, Verkehrskonzept, Konzept für ein Marktmanagement) wurden zwischen 2005 und 2010 zahlreiche Maßnahmen durchgeführt, die den Brunnenmarkt und dessen Wohnumfeld betreffen, wie die Einführung einer Fußgängerzone in der Brunnengasse, neue Marktstände am Brunnenmarkt, die Etablierung eines Marktmanagements, Wohnhaussanierungen und Neubauprojekte sowie die Neugestaltung des Yppenplatzes. Damit wurde nicht nur eine bauliche Aufwertung, sondern ebenso ein geplanter positiver Imagewandel erreicht (vgl. Smetana 2010: 1279ff). Insgesamt wird das Beteiligungsverfahren als auch der Aufwertungsprozess als erfolgreich beurteilt, was nicht zuletzt auf das im Viertel vorhandene Akteursnetzwerk zurück zu führen ist. Neben städtischen Interventionen waren es viele von privaten AkteurInnen getragenen Initiativen – wie die Bürgerinitiative Forum Yppenplatz oder SOHO in Ottakring – die wesentlich den Aufwertungsprozess beeinflussten (vgl. Bartik et.al. 2009: 94ff).

Im Stadtentwicklungsplan 2005 (**STEP 2005**) der Stadt Wien wurde der Westgürtel zu einem der 13 **Zielgebiete** der Stadtentwicklung festgelegt, wodurch das gürtelnahe Brunnenviertel in der Aufmerksamkeit der Stadtpolitik blieb. Um die Negativspirale, die in der „Verödung des städtischen Lebensraumes, des überalterten schlechten Wohnungsbestandes und des negativen Images“ (Stadt Wien 2005: 232) ihren Ausgang nimmt, zu unterbrechen und damit die Lebensqualität für die BewohnerInnen der gürtelnahe Stadtgebiete zu erhöhen, wurden verschiedene Maßnahmen aufgestellt. Eine davon ist, wie schon in Kapitel 6.4.2 erwähnt, besonders in Hinblick auf die

Migrantenökonomie von Bedeutung: „die forcierte Förderung von Klein-, Mittel- und Nischenbetrieben, Nutzen der wirtschaftlichen Aktivitäten der ZuwanderInnen“ (ebd.).

Das jüngste größere Projekt im Brunnenviertel ist die Erneuerung der Ottakringer Straße im Jahr 2012, die auf funktionale und gestalterische Verbesserungen abzielte. Der politische Entschluss dazu entstand vor dem Hintergrund des Ausbaus der Fernwärmeinfrastruktur und dem Vorhandensein von EU-Mitteln für den Straßenrückbau (vgl. GB\*16).

Das Brunnenviertel stand somit die letzten 20 Jahre im Fokus der Stadtentwicklungspolitik. Zahlreiche Maßnahmen der öffentlichen Hand, die durch politischen Willen und finanzielle Mittel getragen wurden, als auch Initiativen privater AkteurInnen führten dazu, dass sich das einstige „Problemgebiet“ zu einer urbanen „Trendzone“ (Bartik et.al. 2009) entwickelte.

### **Gebietsbetreuung Stadterneuerung 16. Bezirk (GB\*16) als lokale Institution der Stadtteilentwicklung**

Die lokale Gebietsbetreuung im 16. Wiener Gemeindebezirk war im „Aufwertungsprozess Brunnenviertel“ wesentliche „Vernetzungsdrehscheibe und Informationsplattform“ (Smetana 2010: 1275). Diese Funktion übernimmt sie nicht nur im direkten Zusammenhang mit dem Aufwertungsprozess. Durch die vielen KooperationspartnerInnen versucht sie bei Konflikten im Betreuungsgebiet mit unterschiedlichen AkteurInnen bzw. relevanten Institutionen zur Lösungsfindung zusammen zu arbeiten oder diese zu vernetzen. Je nach Zielgruppe bzw. in den Konflikt involvierte Personen kommt es dabei zu Kooperationen mit der Brunnenpassage der Caritas, dem interkulturellen Mädchenzentrum „Peppa“, dem Tageszentrum für Obdachlose und Straßensozialarbeit JOSI oder anderen.

*„(...) wir sind ja gut vernetzt. Es gibt ja viele Kooperationspartner. Und wenn wir wissen, da gibts dieses Konfliktpotential, dann können wir uns auch wieder mit anderen Institutionen kurz schließen. Da können wir gemeinsam Angebote setzen.“ (E3, GB\*16, Z 528-530)*

*„Genau, da gibts dann hier die Runden, die von unserem Chef Kurt Smetana moderiert werden. Das ist dann halt auch das Engagement, dass man das gemeinsam angeht. Und nicht nur der eine sagt, also z.B. die Lokalbetreiber sagen, "die Zone muss jetzt irgendwie gesperrt werden für alle die nicht konsumieren". Also dass man da gemeinsam Lösungen findet.“ (E4, GB\*16, Z 554-556)*

Ein räumlicher Schwerpunkt der Arbeit der Gebietsbetreuung lag zwischen 2009 und 2012 auf der Ottakringer Straße, die mit einem sehr schlechten Ruf behaftet war und lange als „gefährlichste Straße Wiens“ galt (Krasny 2011: 5). Den Beginn der Veränderung der Wahrnehmung der Straße sieht Krasny an jenem Zeitpunkt, als die sogenannte „Balkanmeile“ als inoffizielle Fanzone während der EU-Fußballmeisterschaft 2008 zu einem Raum des öffentlichen Feierns kroatischer, serbischer, bosnischer und türkischer Communitys wurde (ebd.). Eine Veränderung der Wahrnehmung bzw. des Images der Straße war jedoch auch explizites Ziel der Gebietsbetreuung, die dazu gemeinsam mit dem Verein „he, otti w.“ das „Reisebüro Ottakringer Straße“ einrichtete.

*„Und an dieser Imagekorrektur haben wir mit dem "Reisebüro", einem temporären Projekt, das war sozusagen ein Kommunikationsvehikel und die Straße und ihre Qualitäten Richtung Politik, Richtung Bewohner, Richtung Stadtbewohner zu transportieren. Um einfach einen anderen Blick auf so eine migrationsgeprägte Straße zu bekommen. Weil dieser ganze Wandel von Zuwanderern, der die Stadt verändert, der wird ja sichtbar in der Erdgeschosszone, und das verunsichert zuerst einmal auch die Bewohner, wird von Medien aufgegriffen, die Politik ist paralytisch und reagiert nicht, oder erkennt auch nicht den Wert.“ (E3, GB\*16, Z 11-16)*

In einem leerstehenden Lokal wurde dafür 2009 ein fiktives Reisebüro eingerichtet, welches als Treffpunkt und Ort für Diskussionsveranstaltungen eine Kommunikationsplattform darstellte. Außerdem bildete es den Ausgangspunkt für geführte Touren durch die Ottakringer Straße mit lokalen „ExpertInnen“ als ReiseführerInnen, um die Qualitäten der Straße sichtbar zu machen und andere Wahrnehmungen anzuregen (vgl. GB\*16 2011). In dem Buch „Balkanmeile. 24 Stunden Ottakringer Straße“, welches im Rahmen des Projektes „Reisebüro Ottakringer Straße“ entstand und die Ottakringer Straße aus verschiedenen Blickwinkeln porträtiert, beschreibt Krasny (2011: 7) die Ziele des Reisebüros folgendermaßen:

*„Das „Reisebüro Ottakringer Straße“ setzt auf Kommunikation und Begegnungen und dient so als Informationsdrehscheibe zum Vorurteilsabbau. Stadtentwicklung ist nicht nur eine physisch-materiell-technische Angelegenheit, sondern in hohem Maß auch eine kulturelle. Ein schlechter Ruf schadet einer Straße. Mit Rufverbesserung sind jedoch nicht eine schönredende Imagepolitik oder glänzende Agenturkampagnen gemeint, die lokale Identität nur als Instrument des Marketings begreifen. Das „Reisebüro Ottakringer Straße“ verwendet das Lokaltouristische als kulturelle Strategie des Dialogs zwischen verschiedenen Gruppen.“*

Diese Bewusstseinsarbeit, das Aufzeigen der Qualitäten und Potentiale der Straße, wird von der Gebietsbetreuung als Wegbereiter für die Investitionsbereitschaft der Stadt in den Umbau der Ottakringer Straße gesehen.

*„(...) die ganze Ottakringer Straße ist ein Prozess, diese ganze Bewusstseinsarbeit Richtung Stadt. Erstens, dass wir die Ottakringer Straße für die Stadt, für die MA 28 interessant gemacht haben, dass da so viel investiert worden ist in den Umbau. Das ist unsere Vorarbeit. Die Potentiale und dass es sich lohnt hier zu investieren.“ (E3, GB\*16, Z 277-279)*

Im Beteiligungsverfahren zur Umgestaltung der Ottakringer Straße wurde schließlich durch die Gebietsbetreuung nochmals auf die Notwendigkeit aufmerksam gemacht, Personen mit Migrationshintergrund und auch die Geschäftsleute gezielter anzusprechen und einzubinden, was zunächst verabsäumt worden war. Generell sieht es die Gebietsbetreuung als einen Schwerpunkt ihrer Arbeit die verschiedenen AkteurInnen – von der Politik bis zu den BewohnerInnen – für die neuen Realitäten im Stadtteil zu sensibilisieren. In Bezug auf die Migrantenökonomie kritisiert sie die mangelnde Wertschätzung der unternehmerischen Aktivitäten auf verschiedenen Ebenen, wodurch sie es sich zur Aufgabe gemacht hat, über Vermittlungs- und Bewusstseinsarbeit eine andere Wahrnehmung und Wertschätzung migrantischer UnternehmerInnen bzw. der Ökonomie der Straße anzustoßen.

*„da hört man dann schon immer wieder den Zwischenton heraus (von UnternehmerInnen mit Migrationshintergrund, C.A.), "aber es sieht ja niemand, wie hart wir eigentlich an unserem Erfolg arbeiten und wir bekommen so wenig Anerkennung". Es schätzt eigentlich niemand. Und das ist auch wieder so unsere Arbeit in den letzten Jahren gewesen, das auch Richtung Politik, Bezirkspolitik zu vermitteln, was sie eigentlich an dieser Straße haben. Dass die Leute sehr hart arbeiten und Erol Yildiz sagt "die machen Integration auf eigene Rechnung". Sie haben wenig Unterstützung bekommen, sie haben sich ihren Job selber geschaffen und arbeiten hart daran. Und das muss man einmal sehen und anerkennen. Und auch in dieser Haltung mit ihnen umgehen und sprechen. Dass man sie dann eben auch einlädt in diese Umgestaltungsprozesse. Und da ist einfach schon noch einiges zu tun. (...) Und das ist glaube ich von der Gebietsbetreuung der größte Beitrag, den wir leisten können, einfach diese Kommunikation und Sensibilisierung in allen Ebenen, Verwaltung, bis hinauf zur Stadtebene – ich meine Vassilakou hat sie ja – oder eben bis zum Bezirk.“ (E3, GB\*16, Z 316-323; 330-332)*

Die Gebietsbetreuung ist auch für die migrantischen UnternehmerInnen selbst Anlaufstelle, wenn diese Unterstützung brauchen.

*„Aka Gündiz zum Beispiel, der hat auch einen Internethandel. Und die Kühlschränke werden angeliefert oder werden abgeholt und am Gehsteig gestellt und die Leute fahren vorbei und holen halt das Zeug ab. Und ich meine, da werden natürlich keine Durchgangsbreiten mehr eingehalten. Und dann gabs Beschwerden, da vermitteln wir als Gebietsbetreuung, also zwischen Bezirk und den Gewerbebehörden und MA 46 und Polizei und versucht Lösungen zu finden. Die unterstützen wir schon.“ (E3, GB\*16, Z 264-268)*

Die Entwicklung der Migrantenökonomie im Brunnenviertel wird von der Gebietsbetreuung als positiv beurteilt, nicht nur durch den Umstand, dass es insgesamt eine gute Mischung der Wirtschaftsstruktur und für alle ein Angebot gibt, sondern auch in Hinblick der nachrückenden 2. Generation als UnternehmerInnen – oder zumindest die Erwartungen an diese – die ein verändertes Angebot mit sich bringt.

*„Ja, also ich denke, man sollte bestmöglich unterstützen, sensibilisieren, dass der Prozess voran schreiten kann. Man sieht ja, seitdem ich hier bin merkt man, wie ich es vorher angesprochen habe, dass die nächste Generation kommt, dass neue Angebote kommen. Also, es ist eh ein ständiger Veränderungsprozess, so dass die Angebote auch besser werden, sie sich mehr öffnen. Ich denke, es ist ganz gut so wie es ist.“ (E3, GB\*16, Z 458-461)*

Als Herausforderung für die unternehmerische Aktivität der MigrantInnen wird allenfalls der steigende Druck auf den Immobilienmarkt gesehen, der sich bei höheren Mieten auch negativ auf die Geschäftsleute auswirken könnte. So ist es Ziel der Gebietsbetreuung, die bestehenden Möglichkeitsräume und den bestehenden Zustand aufrecht zu erhalten.

*„Dass man Möglichkeitsräume schafft, die immer noch Veränderungen zulassen. Grundsätzlich ist das hier ein Ankunftsor, das ist es schon sehr lange. Und eigentlich ist es schon auch unser Bestreben, dass es diese Funktion auch in Zukunft bereitstellt. Nicht nur für Wohnungen, eben auch für Geschäftsleute.“ (E4, GB\*16, Z 454-456)*

### **9.1.5 Image Brunnenviertel – zwischen Hype und Gentrifizierung**

Das Image des Brunnenviertels sowie der Ottakringer Straße wird zunächst in der Außenperspektive, wie es in verschiedenen Printmedien transportiert wird, beleuchtet und mit dem Blickwinkel der Mitarbeiterinnen der Gebietsbetreuung des 16. Bezirkes ergänzt. Auffallend ist, dass das Brunnenviertel in den Medien um einiges stärker präsent ist als die Quellenstraße bzw. Innerfavoriten. Anschließend wird die Wahrnehmung des Viertels innerhalb der interviewten UnternehmerInnen dargestellt.

### **Das Brunnenviertel im Wandel: vom Arbeiterbezirk zum kulturellen Hotspot**

Bartik et.al. (2009) sowie Rhode et.al. (2010) stellen in ihren Analysen zum Image des Brunnenviertels fest, dass es im Zusammenhang mit dem Aufwertungsprozess als auch dem Kunstfestival SOHO in Ottakring und generell der wachsenden KünstlerInnenszene zu einem Imagewandel ab den 1990er Jahren von einem ehemals negativ konnotierten Ausländerbezirk und Problemviertel zu einem ab den 2000ern positiv codierten Viertel kultureller Diversität gekommen ist. Dieser Wandel „vom unattraktiven Viertel mit hohem Ausländeranteil zum multikulturellem Hotspot mit hoher Bobo-Dichte“ (Die Presse, 18.4.2011) wird auch in den analysierten Zeitungen thematisiert. Das Gebiet, welches einst als „Schandfleck“ galt, vermittelt heute durch sein exotisches Flair das Gefühl eines „Sommerurlaubs“ (Die Krone, 29.6.2010).

### **Das Brunnenviertel als Trendbezirk mit kultureller Vielfalt**

Seit einigen Jahren wird das Brunnenviertel als Szenequartier in der medialen Berichterstattung dargestellt. Das besondere Flair und der Charme des Viertels werden dabei vor allem auf die bunte Mischung der BewohnerInnenstruktur – welche durch ein studentisches Publikum und MigrantInnenszene geprägt ist – und das Angebot der lokalen Wirtschaftsstruktur zurückgeführt. So werden auch die von MigrantInnen geführten Geschäfte als Beitrag zu Vielfalt wahrgenommen.

*„Der Yppenplatz mit den studentischen bis schicken Menschen in den Gastgärten, die Ottakringer Straße, die zentrale Meile des Nachtlebens der Ex-Jugoslawischen-Community. Es sind die Widersprüche, das Nebeneinander, die den Bezirk reizvoll machen: Türkische Rund-um-die-Uhr-Shops neben schicken Bobo-Lokalen, Design- und Krimskrams-Läden neben Billigst-Händlern, Bio-Obst und Gemüse neben Eiern aus Legebatterien um wenige Cent.“ (Die Presse, 12.10.2013)*

*„Bio-Obst neben Billigstklamotten, Kunst neben Ramsch, Dinks neben verschleierten Frauen und Männern mit Turban. Bettler ohne Beine neben Bobos, die „nur belal“ essen, weil dieses Fleisch am histaminärmsten sein soll.“ (Die Presse 22.2.2013)*

Mit dieser Vielfalt werben auch Investoren, die das Brunnenviertel als „kulturellen Schmelztiegel Wiens“ bezeichnen und wie JP Immobilien (2012: 19) versprechen, „wer den Melting Pot New York mag, wird den Yppenplatz im Brunnenviertel lieben“.

*„Im Brunnenviertel blüht das Leben. Rund um den Brunnen- und den Yppenmarkt geht es besonders bunt her: kulturell, künstlerisch und kulinarisch.“ (Grätzbericht 2012, JP Immobilien)*

Dennoch wird in anderen Artikeln wiederum festgestellt, dass es zwar „wenige Probleme im Zusammenleben“ der verschiedenen Kulturen gäbe, „aber auch kaum Berührungspunkte“, es eher ein „friedliches Nebeneinander als ein Miteinander“ sei (Die Presse 18.7.2008).

Auch für eine Mitarbeiterin der Gebietsbetreuung zeichnet sich das Brunnenviertel durch seine Diversität von Menschen, Angeboten und Räumen aus. Darüber hinaus hebt sie als Qualität die Offenheit des Stadtteils hervor, in dem noch nicht alles definiert sei und somit Möglichkeitsräume für die dort lebenden und arbeitenden Menschen bestünden.

*„Ich meine, es ist von den Menschen, die hier leben, vielfältig. Von den Angeboten. Aber auch von den Räumen her ist es so unterschiedlich, weil es gibt diesen belebten Yppenplatz, sag ich mal, mit den Bobos. Es gibt den Brunnenmarkt. Aber wenn man dann einen Schritt in den nächsten Baublock, eine Gasse weiter geht, ist es sehr sehr ruhig und beschaulich. Es gibt sehr viel Unterschiedliches (...) Die vielfältigen Menschen die hier leben. Dass es auf der einen Seite Kunst gibt, Künstler. Und – auch schon vorher angesprochen – man hat das Gefühl, man kann hier noch was ausprobieren. Es ist noch nicht alles definiert. Und das heißt, das Brunnenviertel befindet sich in einem sehr guten Stadium momentan, in einem sehr spannenden. Weil, wenn ich es vergleiche mit dem 7. Bezirk, so das Siebensternviertel diese Zone da, die ist schon fast ein bisschen langweilig. Da ist nichts mehr möglich. Da möchte ich gar nicht wohnen. Das ist so perfekt. Und diese Brüche, die es hier noch gibt, ja, auch die gestrandeten Leute, das gehört dazu zu einer Stadt. Das kann man hier alles ablesen, was eine Stadt ausmacht und bereitstellt.“ (E3, GB\*16, Z 466-475)*

Die Vielfältigkeit und Lebendigkeit, die den Stadtteil für unterschiedliche soziale Gruppen attraktiv machen, führt sie auf zwei Entwicklungen zurück: zum einen die gewachsene MigrantInnenszene, zum anderen das Milieu der Kunstszene.

*„Also zwei Entwicklungen, die sich gut ergänzen, was halt glaub ich das Viertel ausmacht, das Lebendige. Weil ich selbst wohne seit Kurzem im 10. Bezirk. Dort fehlt das ein bisschen. Also, es ist zu einseitig. Da weiß man dann nicht genau, wo man andocken soll, weil immer nur Kebap essen. Also, da wünscht man sich schon ein Lokal, dass, ja, vielleicht ein bisschen bobo-mäßig ist.“ (E3, GB\*16, Z 156-159)*

### **Tendenz der Gentrifizierung**

In aktuelleren Zeitungsartikeln wird zunehmend kritisch und zynisch über die Entwicklungen im Brunnenviertel berichtet. So wird die Gefahr der Verdrängung einkommensschwächerer Bevölkerungsschichten thematisiert und Gentrifizierung als die „Schattenseite des Hypes“ (Die Presse 16.10.2012) genannt, welche vor „wenigen Jahren hereingebrochen ist“ (Die Presse, 22.2.2013). Durch den Aufwertungsprozess und die Kunst- und Kulturinitiativen „witterte der Immobilienmarkt Investitionsmöglichkeiten, das Brunnengrätzl wurde zu einem teuren Wohngebiet.“ (Die Presse 16.10.2012).

### **Balkanmeile Ottakringer Straße**

Das Image der Ottakringer Straße unterscheidet sich von jenem des Brunnenviertels. Gleichmaßen hat auch dieses einen Wandel durchgemacht. Die Bezeichnung Balkanmeile ist auf die Konzentration von Cafés und Clubs, die vor allem von Personen der Nachfolgestaaten Jugoslawiens geführt und besucht werden, zurück zu führen. Während vor einigen Jahren die Straße in den Medien noch als gefährlichste Straße Wiens präsentiert wurde, wird sie spätestens seit der EM 2008 als Fortgeh- und Feiermeile der 2. und 3. Generation der „Ex-jugoslawischen Community“<sup>87</sup> wahrgenommen. Ein bewusster Anstoß zum Vorurteilsabbau und Imagewandel wurde durch das bereits erwähnte Projekt „Reisebüro Ottakringerstraße“ ab 2009 durch die Gebietsbetreuung vorgenommen. Das Projekt wurde auch in den Medien aufgegriffen und festgestellt „die Ottakringer Straße ist besser als ihr Image“ da „Migranten in den vergangenen Jahren eine lebendige Geschäftsstraße und Lokalszene geschaffen haben“, die die Straße aufblühen lassen (Der Standard, 12.11.2009). Nach der baulichen Neugestaltung 2012 berichtet *Die Presse*, dass „die einst „gefährlichste Straße“ Wiens nun auch ganz offiziell ein neues, freundliches Gesicht hat“ (Die Presse, 30.8.2013). Auf den Ruf als „Gangster Straße“ wird meist nur noch augenzwinkernd Bezug genommen, wie in der *Falter*-Reportage (2012) „Die gefährlichste Straße der Stadt“, in der schließlich das lebendige Nachleben, welches von einem durchgestylten jungem Publikum heimgesucht wird, skizziert wird.

### **Erbe der dicht bebauten Gründerzeit: Das Brunnenviertel als Ankunftsort**

Eine Mitarbeiterin der Gebietsbetreuung bezieht sich in ihrer Wahrnehmung des Stadtteils auf die bauliche Dichte und damit die fehlenden Grünflächen des Viertels. Was von vielen als Defizit wahrgenommen wird, kann ihrer Ansicht nach auch positiv bewertet werden: somit bleibe der Standort leistbar und gefährde weniger die Rolle des Viertels als Ankunftsort für Zuwanderer. Ihren Erfahrungen zufolge bevorzugen länger ansässige türkische Zuwanderer mit der Zeit schließlich andere, grünere Wohngegenden, was durch die Öffnung des Wohnungsmarktes der Gemeindewohnungen 2006 leichter realisierbar ist.

*„Überhaupt kaum gibts hier eigentlich Grünflächen, immer wieder ein Kritikpunkt von manchen Bewohnern oder auch gerade von den türkischen Geschäftsleuten, die anfangs hier gewohnt haben und weggezogen sind, also vor allem in die Gemeindebauten in den 22. Bezirk. Die geben oft als Grund an, weil es da grün ist. Und auch zwecks den Wohnungen zum günstigeren Preis. Also diese Sehnsucht gibt es schon auch von einigen, die mehr Grün haben möchten und hier nicht kriegen. Und ich sehe auch nicht die Möglichkeit wie. Also, vielleicht im Mikrobereich, im Innenhofbereich. (...) Aber den großen Park wird es hier einfach nicht geben. Das sehen manche als Defizit. Aber das ist vielleicht auch zusammen mit diesen kleinen, günstigen Wohnungen, die es nach wie vor gibt, einer der Gründe, warum das hier immer noch ein Ankunftsort ist und einer der Gründe, warum das hier noch nicht total teuer ist. Also man kann das auch als Vorteil sehen. (E4, GB\*16, Z 477)*

### **Das Brunnenviertel in der Wahrnehmung migrantischer UnternehmerInnen**

Die interviewten UnternehmerInnen in der Brunnengasse und am Yppenplatz betonen in ihrer Beschreibung des Viertels allesamt die Veränderung – baulich und milieubezogen – welche sich innerhalb der letzten zehn Jahre vollzogen hat. Galt es früher als Stadtteil mit schlechtem Ruf, sei es jetzt sehr beliebt, werde wertgeschätzt und von einem neuen Publikum, wie Architekten, KünstlerInnen und SPÖ- oder GRÜNEN- affinen Personen aufgesucht, bemerkt der Geschäftsführer eines türkischen Restaurants (Gesprächsprotokoll B13). Die von ihm als positiv beurteilte Entwicklung bringt er u.a. mit der Sanierung des Brunnensmarktes in Verbindung. Ähnlich sieht es der Geschäftsführer eines anderen türkischen Lokals: Gebäudesanierungen und die Lokalszene am Yppenplatz haben

---

<sup>87</sup> Schon an anderer Stelle wurde darauf hingewiesen, dass es sich bei den vermeintlich homogenen „Communities“ um viel differenziertere Gruppen handelt. Der pauschalisierende Begriff ist daher unter Anführungszeichen zu setzen. Im Rahmen dieser Arbeit wurde einer genaueren Unterscheidung jedoch nicht nachgegangen.

seiner Meinung nach zu Verbesserungen im Quartier beigetragen, welches nun eine sehr gemischtes Publikum – vermehrt wieder ÖsterreicherInnen – anziehe.

*„Es hat sich alles verbessert in den letzten Jahren. Durch den Yppenplatz, dort sind viele Lokale jetzt. Und vor zehn Jahren haben viele Kunden zu uns gesagt, sie kommen nur wegen uns. Da war der 16. ein bisschen verschrien.“ Sie kommen nur wegen uns und würden sonst nie in den 16. fahren.“ An das kann ich mich gut erinnern, das haben viele Kunden gesagt. Und jetzt ist nicht mehr so. Jetzt ist es sehr gemischt. Das hat auch mit den Renovierungen der Häuser – es sind viele Österreicher wieder in dem Viertel – und den ganzen Lokalen am Yppenplatz, mit dem hat das zu tun. Also, es hat sich viel getan in den letzten zehn Jahren hier im 16.“ (B8, Z 35-39)*

Während er in seinen Ausführungen zum Wandel der Wirtschaftsstruktur den Yppenplatz, die Ottakringer Straße und den Brunnenmarkt positiv bewertet, übt er Kritik an Entwicklungen der Thaliastraße, welche er zu sehr von Kebapständen eingenommen sieht. Damit unterscheidet sich seine Wahrnehmung wesentlich von der in Kap. 9.1.2 erwähnten Einschätzung Rhodes (Rhode et.al. 2008: 89), dass hinsichtlich der Wirtschaftsstruktur die Thaliastraße die vitalste der Geschäftsstraßen im Brunnenviertel sei, während die Ottakringer Straße als Einkaufsstraße dem Untergang geweiht scheine.

*„Und da an der Ecke, wo unser Kaffeehaus ist, war damals auch ein Wirtshaus. Gegenüber von uns war ein österreichischer Fleischhauer, der hat jetzt auch schon zugesperrt. Die kleinen Geschäfte sperren halt leider immer mehr zu. Wegen die große, Billa usw. Das einzige, was schön ist, am Samstag gibts einen Bauernmarkt am Yppenplatz. Da gibts viele gute frische Sachen. Wo wir auch manchmal privat einkaufen. Durch die Ottakringer Straße ist ein eigener Flair, Brunnenmarkt. Thaliastraße ist (...) nicht wirklich gut. Was mir an der Thaliastraße nicht gefällt, ist, dass immer mehr so Kebapgeschäfte gibt. Kebap und Pizze. Das werden immer mehr. Es gibt in einem Häuserblock drei nebeneinander. Es hat sich schon viel verändert. Durch den Yppenplatz vor allem. Es sperren auch immer mehr Lokale auf. Mir gefallen auch die Lokale. Jedes hat seinen eigenen Stil.“ (B8, Z 269-275)*

Etwas kritischer hinsichtlich des vermeintlich „gemischtes Publikums“ äußert sich die junge kroatische Betreiberin eines Lokals am Yppenplatz. Auch sie spricht davon, dass früher die Gegend ein „reines Ausländerviertel“ war, jetzt aber auch viele andere Leute hier seien. Dennoch: „Multikulti wird nicht gelebt. Es gibt keine Integration beiderseits“. Vor allem am Yppenplatz beobachtet sie, dass das Publikum sehr abgeschlossen ist. Während zwar die LokalbesitzerInnen unterschiedliche Herkunftshintergründe aufweisen würden, seien die Gäste keineswegs multikulti oder aus unterschiedlichen sozialen Schichten. Abgesehen von wenigen Ausnahmen ziehen die Lokale vorwiegend StudentInnen und eine Mittelschicht an, für andere sei es zu teuer am Yppenplatz. Die Abgeschlossenheit nach außen sieht sie jedoch beiderseits und bezieht sich auch auf typische türkische Kaffeehäuser, die lediglich von türkischen Männern aufgesucht werden. Einerseits würde sie sich mehr Durchmischung wünschen, fragt sich dann aber doch, ob es überhaupt notwendig sei (Gesprächsprotokoll B12).

Bei der Frage zur Wahrnehmung des Viertels beziehen sich die UnternehmerInnen der Ottakringer Straße vordergründig auf die Straße selbst. Eine Kosmetikerin mit serbischen Wurzeln, die direkt an der Ottakringer Straße wohnt, könnte sich keinen besseren Ort in Wien zum Leben und Arbeiten vorstellen. Sie beschreibt die Straße und den Stadtteil als „lebendig, wo sich immer was tut“ (Gesprächsprotokoll B11). Der bosnisch-kroatisch-stämmige Geschäftsführer eines Kaffeehauses und Nachtclubs erwähnt den Ruf der Straße als Balkanmeile und bewertet diesen für das Lokal als vorteilhaft. Selbst kann er sich jedoch nicht vorstellen an der Ottakringer Straße zu leben – nicht nur, weil er in einem anderen Bezirk aufgewachsen ist und es gewohnt ist dort zu leben, sondern auch, da es ihm hier zu lebendig sei.

*„Ja, es ist mir zu lebendig hier. Ich verstehe auch die Anrainer am Wochenende, wenn es immer wieder Beschwerden gibt wegen zu viel Lärm auf der Straße, wie auch immer. Ich glaube, ich würde mich auch selber beschweren. Ist verständlich.“ (B10, Z 90-92)*

Weitaus negativer äußert sich ein türkischer Friseur an der Ottakringer Straße. Einerseits kann er sich nicht mit dem in der Straße verkehrendem Publikum identifizieren, deren Leben sich um Feiern, Aussehen und Autos drehe.

*„Aber insgesamt, wenn die Ottakringer reden, auf der Straße, manchmal hasse ich, wirklich. Wie die reden, was die gemacht. Was die machen. Also die Leute machen nur Wochenende saufen, Garderobe ist wichtig, der Look und schönes Auto, sonst nichts. Warum sind so? Keine Abnung. Vielleicht von ärmer, jetzt Mittelstand.“ (B9, Z 24-27)*

Andererseits erwähnt er auch mafiöse Strukturen und Schutzgeldforderungen, die für ihn die Ottakringer Straße in schlechtes Licht rücken. Allgemein nimmt er Ottakring als Stadtteil mit erhöhter Kriminalität und der Notwendigkeit zur Vorsicht wahr.

*„Also hier bin Selbstmord. Also, in Niederösterreich, oder außerhalb Wiens, die Leute ist noch sauber. Aber da in Wien, Ottakring (...) du musst immer Sicherheit sein, du musst immer überwachen. Wirklich.“ (B9, Z106-107)*

Es zeigt sich, dass die Unterschiede in den Wahrnehmungen des Viertels auch davon abhängen, wo genau die UnternehmerInnen ihren Geschäftsstandort haben. So werden bei den interviewten UnternehmerInnen der Ottakringer Straße die Veränderungen hinsichtlich NutzerInnenstruktur im Zuge des Aufwertungsprozesses nicht erwähnt. Dies kann als Indiz dafür gedeutet werden, dass die veränderte BewohnerInnenstruktur bzw. das sich veränderte Publikum – auf welches die LokalbesitzerInnen der Brunnengasse und des Yppenplatzes sehr wohl Bezug nehmen – in der Ottakringer Straße weniger zu spüren ist.

## 9.2 Migrant\*innenökonomie des Brunnenviertels als lokal eingebettete Ökonomie

Die Einbettung der Migrant\*innenökonomie des Brunnenviertels in den Stadtteil – welche lokalen Bezüge sie aufweisen (Kap. 9.2.1), inwieweit der Stadtteil für ihre Geschäftstätigkeit förderlich oder hemmend ist (Kap. 9.2.2) und welchen Beitrag sie für den Stadtteil leisten (9.2.3) – wird anhand der durchgeführten UnternehmerInneninterviews und lokalen Expert\*innen eruiert. Die Interviews wurden dabei inhaltsanalytisch in der Methode nach Mayring (2010) ausgewertet.

Interview-partner	Branche	Gründungsjahr	Herkunftshintergrund	In Ö. seit...	Staatsbürg.	Wohnort (Bezirk)	Alter	Ausbildung
B8	Restaurant	1990 (Vater, 1.G.)	Türkei, 2.Generation	Geburt (1976)	Ö.	6. (16.)	30	BMS – Ö.
B9	Friseur	2007	Türkei, 1.G	seit 18 J.	Türkei	11.	34	Pflichtschule – T.
B10	Kaffeehaus, Klub	2007	Bosnien, 2.G (Bosnien)	Geburt	Ö.	3.	30 (43)	Matura – Ö.
B11	Kosmetiksalon, Friseur	2004	Serbien, 1.G	seit 24 J.	Ö.	16.	38	Friseurlehre – Ö.
B12	Restaurant	2009	Kroatien, 1.G	-	Ö.	16.	-	Studium – Ö.
B13	Restaurant	1996 (Vater)	Türkei, 2.G	Geburt	Ö.	5.	32	HTL – Ö.

Tab. 12: Interviewte UnternehmerInnen im Brunnenviertel (eigene Darstellung)

### 9.2.1 Art und Intensität der lokalen Einbindung

Für eine erste Annäherung an die Frage, inwieweit sich die Migrant\*innenökonomie des Brunnenviertels als lokal verankerte Ökonomie auszeichnet, wird im Folgenden – wie auch in der Analyse der UnternehmerInnen der Quellenstraße – die lokale Einbindung der interviewten UnternehmerInnen des Brunnenviertels anhand verschiedener Aspekte überprüft.

#### KundInnen: Einzugsbereich, Zielgruppe und KundInnenansprache/Vermarktung

Die KundInnengruppe der interviewten UnternehmerInnen beschränkt sich keineswegs auf die nähere Umgebung. Wenn sie auch der lokalen Wohnbevölkerung bzw. den in der Umgebung Arbeitenden zur Nahversorgung dienen, weitet sich ihr Einzugsbereich auf andere Stadtteile Wiens aus, bei einigen auch auf die Wiener Umgebung oder andere Bundesländer. Insbesondere die beiden türkischen Restaurants *Kent* und *Oase* haben einen stadtwitenden und bei Personen mit türkischem Herkunftshintergrund über die Stadtgrenzen hinaus reichenden Ruf. Unter den Gästen der beiden etablierten Lokale finden sich auch immer wieder PolitikerInnen und andere bekannte Persönlichkeiten. Nicht zuletzt ist das *Kent* Ziel vieler TouristInnen.

Die Reputation des *Kents* bei TürkInnen ist wohl auch darauf zurück zu führen, dass es eines der ersten türkischen Lokale in Wien war und damals einen wichtigen Treffpunkt für türkische Zuwanderer darstellte.

*„Aus ganz Wien verteilt. Wir haben auch viele aus dem 21., 22. Bezirk, die uns bitten, dass wir dort eine Filiale aufsperrten. Wir haben viel türkisches Publikum, die aus St.Pölten und Wiener Neustadt zu uns kommen. Wir waren ja auch eines der ersten Restaurants, türkischen Restaurants, hier in Wien. Und damals, 1990, hat es zu Hause kein türkisches Fernsehen gegeben. Wir haben nur türkisches Fernsehen*

*empfangen, eine riesengroße Satellitenschüssel gehabt. Türken sind auch sehr Fußball begeistert. Das war damals Fußball. Jetzt kann jeder sich das schon zu Hause anschauen. Damals war sehr sehr viel los, wenn Fußball war.“ (B8, Z 79-84)*

Auch bei einem bosnisch-kroatisch geführten Kaffeehaus und Club auf der Ottakringer Straße weitet sich – vor allem am Wochenende und wiederum vordergründig bei den eigenen Landsleuten – der Einzugsbereich über die Stadtgrenzen hinaus aus.

*„Hauptsächlich aus Wien. Am Wochenende gibts dann auch wieder Gäste, die kommen aus Linz. Dann gibts welche, die kommen aus Salzburg. Auch aus Deutschland haben wir auch öfters Gäste. Also ich glaube, wir haben uns auch einen guten Namen gesetzt in dieser Szene. Nicht nur national in Österreich, sondern auch international ein bisschen auch. Wir sind schon ein Begriff bei unseren Leuten.“ (B10, Z 41-44)*

Hinsichtlich der Herkunft ist die meist einem mittleren Einkommensniveau zuzurechnende KundInnenstruktur relativ durchmischt, wenn auch entweder ÖsterreicherInnen oder Personen aus Ex-Jugoslawien jeweils die Mehrheit des KundenInnenstocks der einzelnen Betriebe ausmachen. Der Anteil an türkischen KundInnen fällt bei allen befragten UnternehmerInnen am geringsten aus. Homogener in Bezug auf Herkunft und sozioökonomische Merkmale (Einkommensniveau, Ausbildung/Beruf) erscheint das Publikum der Szenelokale am Yppenplatz, wie in dem von einer KroatIn geführten indische Speisen anbietenden Restaurant. Dieses stellt eine Nische für Veganer und Vegetarier dar, wodurch nicht zuletzt dadurch die Gäste eher einem ähnlichen Milieu zuzuordnen sind. Durch die indische Küche und aufgrund der aus Indien stammenden Köche kommen aber auch Sikhs, die am Brunnenmarkt arbeiten, zu ihr – nicht nur zum Essen, ebenso um sich mit den Köchen zu unterhalten. Im Gegensatz zu anderen dort ansässigen Lokalen, wie dem Ando-Fisch oder Wetter, welche nur für „reiche Anzugleute sind“ (Gesprächsprotokoll B12), spricht sie mit ihren moderat gehaltenen Preisen auch Personen mit weniger hohem Einkommen an.

Ein von einem Bosnier-Kroaten geführtes Kaffeehaus mit Clubbetrieb wird vermehrt von Personen der eigenen Herkunftsgruppe aufgesucht, in sozioökonomischer Hinsicht erscheint das Publikum jedoch durchmischer. Bei ca. 70% der KundInnen liegt der Herkunftshintergrund in den Nachfolgestaaten Jugoslawiens, der Rest setzt sich aus ÖsterreicherInnen und TürkInnen zusammen. Je nach Tageszeit ändert sich die Zusammensetzung der Gäste: während untertags das Lokal vor allem von Geschäftsleuten und ArbeiterInnen aus der Umgebung heimgesucht wird, wird es am Abend oder am Wochenende zum Treffpunkt für ein jüngeres Publikum.

*„Es ist gemischt. Am Wochenende, ok, da ist natürlich ein jüngeres Publikum als jetzt tagsüber. Tagsüber haben wir viele Baustellenarbeiter, Geschäftsleute, Leute die aus der Umgebung kommen, aus allen möglichen Branchen. Gemischtes Publikum.“ (B10, 52-54)*

Der KundInnenstock der zwei türkischen Restaurants in der Brunnengasse ist sowohl in sozioökonomischer Hinsicht als auch in Bezug auf die Herkunft am heterogensten, wobei sich die Mehrheit der KundInnen in beiden Lokalen aus ÖsterreicherInnen zusammensetzt.

*„Wir haben auch viele Kunden von anderen Ländern. Unsere Kunden sind sehr international. Österreicher, Türken, Arabische, Kroaten. Wir haben auch viele Studenten, Familien, Ärzte, Anwälte, Politiker, Schauspieler, Fußballclubs, wenn die in Österreich sind auf Trainingslager.“ (B8, Z 69-71)*

Der Geschäftsführer des Lokals führt den hohen Anteil an ÖsterreicherInnen bei den Gästen auf die BewohnerInnenstruktur zurück, da im Gegensatz dazu die Filiale desselben Restaurants im 10. Bezirk einen weitaus größeren Anteil an türkischstämmigen KundInnen aufweist. Beim Vergleich der beiden Viertel (siehe Kap. 8.1.2 und 9.1.2) zeigt sich jedoch, dass die Anteile an ÖsterreicherInnen und TürkInnen in der Wohnbevölkerung sehr ähnlich sind. Vermutlich liegt es eher daran, dass durch den größeren Bekanntheitsgrad des Lokals im 16. als auch durch das Image und die Beliebtheit des Brunnenviertels an sich, mehr österreichische KundInnen auch aus den anderen Wiener Stadtteilen angezogen werden als es für die Filiale im 10. Bezirk der Fall ist. Ebenso könnte eine offenere Einstellung gegenüber Zuwanderer innerhalb der österreichischen Wohnbevölkerung des Brunnenviertels für die höheren Anteile im KundInnenstock des türkischen Lokals verantwortlich sein.

*„Wir sind sehr gemischt, bei uns der Großteil ist eigentlich auch österreichische Kunden. Mehr österreichische Kunden als türkische, was dort nicht so ist. Die (Standort im 10. Bezirk, C.A.) haben großteils türkische Kunden. (...) Aber der 10. z.B. ist mehr (...) wahrscheinlich, in Favoriten sind mehr ausländische Bewohner.“ (B8, Z 115-116; 120)*

In der *Lokanta Oase* ist das türkische Publikum mit ca. 10-15% relativ gering vertreten. Vorwiegend wird dieser Anteil durch die MarktstandbetreiberInnen des Brunnenmarktes erreicht. Der Geschäftsführer vermutet, dass viele TürkInnen aufgrund des Geschäftsnamens gar nicht wissen, dass es ein türkisches Lokal sei und deshalb weniger kommen würden. Neben ÖsterreicherInnen (65%) sind es Personen aus den Ländern des Balkans (20%), die zu seinen Gästen zählen.

Von einem ähnlich geringen Anteil an TürkInnen unter seinen KundInnen spricht ein türkischer Friseur, wobei der Großteil seiner türkischen KundInnen Stammgäste aus Wiener Neustadt sind, wo er vorher ein Geschäft hatte. Umgekehrt als bei den Restaurants verhalten sich jedoch die Anteile der restlichen KundInnen. Von ÖsterreicherInnen wird der Friseur nur zu 30% aufgesucht, während etwa die Hälfte des KundenInnenstocks aus ex-jugoslawischen Ländern stammt. Dies kann zum einen als Indiz dafür gelesen werden, dass im Bereich Gastronomie ethnische Barrieren von ÖsterreicherInnen weniger als in anderen Branchen wahrgenommen werden. Zum anderen deutet es darauf hin, dass Hemmschwellen in der Nutzung von Dienstleistungen, die von MigrantInnen angeboten werden, zwischen Herkunftsgruppen, die nicht der Mehrheitsgesellschaft angehören, mitunter geringer als zwischen Mehr- und Minderheitsgesellschaft ausgeprägt sind. Auf der anderen Seite werden von manchen UnternehmerInnen mit Migrationshintergrund bestimmte Zuwanderergruppen weniger gutgeheißen.

*„Ja, Mittelschicht. Ausländer. Türken wenige. 10% bis 20% Türken, 30% von Österreich und 50% von Balkan, also von Kroatien, Serbien, Bosnien. Bei 50% was ich habe Kroatien, das sind tüchtige Leute. Normal arbeiten, Familie. Aber von Serbien (...) ok, das ist meine Kunden. Von Österreich auch, normal tüchtig, arbeiten. Türken auch. Von 20%, 10% kann ich sagen (?), was ich kenne, was ich weiß. Aber von Serbien, haben wir wirklich Probleme.“ (B9, Z 159-162)*

Diese negative Einstellung eines türkischen Friseurs gegenüber serbischen KundInnen wird wiederum von einer serbischen Friseurin gegenüber Personen mit türkischem Herkunftshintergrund viel drastischer zum Ausdruck gebracht. Bei ihr sind TürkInnen von vornherein als KundInnen nicht willkommen.

Wenn zwar zum Teil durch das Angebot bedingt, wird von den UnternehmerInnen selbst nur selten – etwa durch spezielle Vermarktungsstrategien – eine explizite Zielgruppe angesprochen. Eher an einem jüngeren Publikum ausgerichtet, sieht sich das bosnisch-kroatisch geführte Kaffeehaus mit wochenends stattfindendem Clubbetrieb und kündigt dementsprechend Veranstaltungen über Facebook aber auch andere Medien, wie Poster und Flyer an. Zur Bekanntheit des Kaffees unter Personen mit ex-jugoslawischer Abstammung tragen – abseits der einschlägigen musikalischen Ausrichtung<sup>88</sup> am Wochenende – ebenso Sponsoraktivitäten von Sport- oder Kulturveranstaltungen kroatischer oder serbischer Vereine bei.

*„Also es gibt immer wieder, die kommen daher und wollen ihre Plakate aufhängen bezüglich irgendwelcher Veranstaltungen oder Konzerte. Sei es jetzt - ich sag es jetzt auf deutsch - die Blaue Nacht. Das ist eine Gruppe und die holen sich dann bekannte Sänger aus Kroatien oder woher auch immer. Und weil die wissen, dass der Besitzer ein Kroat ist, fragen sie, ob sie hier Plakate aufhängen können, und ob es da ein Sponsoring gibt. Dass wir auch dann unsere eigene Reklame dort machen, so unterstützen wir uns gegenseitig. Das sind Vereine, Kulturvereine. Wir machen das Sponsoring nicht nur für kroatische Leute, sondern generell, serbische, seien es irgendwelche Events, Sportevents, alles.“ (B10, Z 146-151)*

Zu Beginn seiner Geschäftstätigkeit versuchte ein Friseur die gezielte Ansprache von TürkInnen, indem er sein Angebot speziell auf die türkische Hochzeit ausrichtete, warb schließlich aber auch in einem balkanischen Fernsehsender.

*„Mit dem Hochzeit habe ich gearbeitet. Mit unsere Hochzeit für unsere Leute. Danach habe ich, "brauche nicht." Mit dem türkischen Zettel habe ich gegeben. Vom Balkan TV, mit denen habe ich was gemacht. Danach nur Flyer, mit der Post, sonst nichts.“ (B9, Z 237-239)*

Das türkische Restaurant Kent hat keine explizite Zielgruppe an KundInnen vor Augen. Die Möglichkeit besondere Serviceleistungen in Anspruch zu nehmen oder auch nicht, welche sich im Preis niederschlägt, macht es für unterschiedliche Einkommensniveau interessant.

*„(...) bei uns ist jeder willkommen. Bei uns gibts wirklich für jeden etwas, von der Preisklasse her. Wenn mehr Exquisite kommen, die wollen halt besser essen. Dann können wir für die auch extra Speisen machen, oder denen Tische decken und wird mehr betreut und kostet dann auch*

---

<sup>88</sup> Zum „Turbo-Folk“, ein in den Klubs der Ottakringer Straße verbreiteter aus Serbien stammender Musikstil, welcher sich bei Jugendlichen mit ex-jugoslawischen Herkunftshintergrund großer Beliebtheit erfreut, und der „Turbo-Folk-Community“ siehe Dika et.al. 2011, S. 190-205

*dementsprechend. Unser Ziel ist, dass sich die Kunden wohl fühlen und auch schnelles Essen, schnelle Bedienung, ganz wichtig. Weil oft Leute auch nur schnell kommen, eine halbe Stunde Pause haben, dass sie schnell ihr Essen bekommen.“ (B8, Z 138-142)*

Auf eigene Werbemaßnahmen ist das Lokal nicht angewiesen, da es als *das* Aushängeschild türkischer UnternehmerInnen und *die* Adresse der türkischen Gastronomie in Wien, häufig selbst von Medien aufgesucht wird.

*„Wir haben bis jetzt noch nie Werbung gemacht. Wir haben oft irgendwie so "Gratiswerbung". Dass Zeitungen über uns berichten oder wenn irgendwas mit Türkei oder so zu tun hat (...) Oder wenn Fußball ist, wir senden live in der Pause. Und jetzt, wo viel über den Islam gesprochen wird, kommen sie zu uns, und fragen, ob wir damit Probleme haben. ORF kommt oft, letztes war das Profil da, die haben eine Reportage gemacht, haben Fotos gemacht.“ (B8, 154-157)*

Nicht nur durch Mundpropaganda auch durch die Präsenz in Reiseführern werden viele Gäste angelockt.

*„Zu uns kommen viele Touristen. Durch Reiseführer oder durch Bekannte, die gesagt haben, wir warn in Wien, da kann man essen gehen. Das haben wir auch oft. Weil ich frage oft nach, wie sie auf uns gekommen sind, da haben viele schon gesagt, "Freunde von uns oder Familie von uns waren in Wien, waren bei euch essen".“ (B8, Z 98-100)*

Für die Ausweitung des KundInnenstocks bzw. Beibehaltung der KundInnen wird veränderten Bedürfnissen durch entsprechende Anpassungen nachgekommen.

*„Natürlich muss man sich auch anpassen. Man muss mit der Zeit mitgehen. Am Wochenende z.B. Brunch ist sehr wichtig jetzt, das machen wir auch schon. Hauszustellungen, machen wir eh schon lange, aber jetzt werden uns noch mehr darauf konzentrieren, weil die Leute immer mehr zu Hause bestellen. Unter der Woche gehen die Leute nicht mehr so viel essen wie früher.“ (B8, Z 146-149)*

### **GeschäftspartnerInnen**

Auf Basis der Informationen aus den durchgeführten Interviews kann nur ein beschränkter Einblick in die Geschäftsbeziehungen der Migrantenökonomie des Brunnenviertels gegeben werden.

Die interviewten UnternehmerInnen entstammen allesamt den Branchen Gastronomie und Friseur<sup>89</sup> – Branchen, die wenige Produkte anbieten, welche nicht in Österreich erhältlich wären. Dementsprechend sind Auslandsverflechtungen geringer. Die Gastronomiebetriebe beziehen ihre Waren vorwiegend aus dem Großhandel in Wien und Umgebung, wie dem Großgrünmarkt oder der Metro. Während ein türkisches Restaurant das Gemüse vom türkischen Großhändler, das Fleisch jedoch vom österreichischen Großhändler bevorzugt, bezieht ein anderes ihr Fleisch exklusiv vom türkischen Metzger, um Halal-Fleisch anbieten zu können. Vor Ort im Brunnenviertel kauft zum Teil die kroatische Betreiberin eines Lokals am Yppenplatz ein.

### **Überbetriebliche Vernetzung – formell, informell**

Vernetzung innerhalb einiger Gewerbetreibender im Brunnenviertel findet im Rahmen der „Interessensgemeinschaft (IG) Brunnenviertel“, die mit dem Einkaufsstraßenmanagement der Wiener Wirtschaftskammer verknüpft ist, statt. Zur Stärkung der lokalen Wirtschaftsstruktur veranstalten sie jährlich ein Herbstfest und geben viermal im Jahr das Magazin „Brunnenviertler“ heraus. Hauptsächlich sind es jedoch österreichische UnternehmerInnen, die dort vertreten sind. Unter den Mitgliedern, die im „Brunnenviertler“ (siehe Ausgabe Dezember 2014) aufgelistet sind, sind nur zwei Unternehmen – die Bäckerei Gül sowie ein Käsestand am Brunnenmarkt – der Migrantenökonomie zuzurechnen. Dementsprechend wurde dieses Netzwerk auch in den UnternehmerInneninterviews nicht erwähnt.

Ein weiterer Verein zur Vernetzung der UnternehmerInnen hat sich Anfang 2013 auf der Ottakringer Straße gebildet: der „Club der Unternehmer in Ottakring“. Ein sehr engagierter Geschäftsmann mit kroatischen Wurzeln, der Gründungsmitglied des Vereins war, musste sein Reisebüro in der Ottakringer Straße mittlerweile jedoch schließen. Mit dieser Person ist nach Aussage der Gebietsbetreuung auch ein wichtiger Ankerpunkt des Netzwerkes der Ottakringer UnternehmerInnen verloren gegangen.

Von den interviewten UnternehmerInnen ist niemand über diese beiden Plattformen vernetzt. Von der Schwierigkeit der Einbindung in die formellen Interessensverbände der Stadt Wien spricht auch die Gebietsbetreuung. Dies führt sie zum Teil auf die Tatsache zurück, dass migrantische Selbstständige oftmals ihre eigenen Netzwerke haben. Wenn

---

<sup>89</sup> Dies ist auf den Umstand zurück zu führen, dass viele der angefragten UnternehmerInnen nicht bereit waren, ein Interview zu geben. Dadurch konnte kein weiteres Branchenspektrum abgedeckt werden.

es heute vielleicht so sein mag, stellt sich dennoch die Frage, ob sich diese Netzwerke ursprünglich nicht gerade als Reaktion – im Sinne einer „ethnischen Strategie“ nach Waldinger (1990) – auf das mangelnde Bemühen seitens städtischer oder anderer formeller Institutionen, aktiv auf MigrantInnen zuzugehen und sie einzubinden, gebildet haben.

*„Was uns nur aufgefallen ist, dass es sehr schwierig ist, die Wirtschaftskammer hat das immer wieder versucht auch in der Ottakringer Straße und auch am Brunnenmarkt, die Unternehmer zu organisieren in ihrem Einkaufsstraßenvereinen oder Marktmanagement. Dass das nicht so leicht ist, weil die haben ihre eigenen Netzwerke. Und so die Vergabe von Geschäftslokalen, die organisieren sie sich selbst. Die haben ihre informellen Netzwerke und ihre eigenen Strategien und Kompetenzen entwickelt, das selber zu kontrollieren. Die verlassen sich da nicht auf die Österreicher.“ (E3, GB\*16, Z 407-411)*

Heute zeigen sich die Wirtschaftskammer und Wirtschaftsagentur Wien in dieser Hinsicht aktiver. Eine stärkere Einbindung in Strukturen der Wirtschaftskammer wird zudem vermehrt über wirtschaftspolitische Verbände versucht. So hat der „sozialdemokratische Wirtschaftsverband“, der in der Wirtschaftskammer als Interessensvertretung agiert, seit Kurzem ein eigenes Referat für Selbstständige aus Bosnien-Herzegowina, Kroatien und Serbien eingerichtet, um für diese ein „Sprachrohr und eine Anlaufstelle“ (vgl. SWV) zu schaffen. Als Stellvertreter des bosnischen Vorsitzenden des Referats wurde der oben erwähnte, ehemals in der Ottakringer Straße tätige und im „Club der Unternehmer Ottakring“ engagierte Unternehmer Martin Juric angeworben.

*„Aber die Wirtschaftskammer versucht halt jetzt, mir fällt nur auf, auf der Homepage, dass sie bei der Wirtschaftskammer versuchen, Leute mit Migrationshintergrund zu kriegen, auch in der politischen Arbeit. Der Wirtschaftsverband hat jetzt den Martin Juric von der Ottakringer Straße angeworben. Der einfach auch versucht, Mitglieder zu werben, damit sie sich auf diese Art und Weise organisieren im Dachverband Wirtschaftskammer.“ (E3, GB\*16, Z 438-441)*

Mitglied eines formellen Netzwerkes der eigenen Herkunftsgruppe – eines türkischen Unternehmervereins – ist nur einer der interviewten Geschäftsleute. Dieser hat jedoch im Moment das Gefühl, dass „nichts weiter geht“ (Gesprächsprotokoll B 13), und zeigt sich mit den Aktivitäten des Vereins eher unzufrieden. Ein anderer im Brunnenviertel ansässiger türkischer Unternehmer, der aufgrund Zeitmangels nicht für ein Interview bereit war, ist Obmann der türkischen Unternehmervereinigung MYSIAD, zu deren Mitgliedern auch türkische Gewerbetreibende der Quellenstraße zählen.

In die formellen Unternehmervereinigungen bestimmter Herkunftsgruppen hat auch die Gebietsbetreuung im 16. Bezirk wenig Einblick, jedoch geht sie davon aus, dass migrantische UnternehmerInnen ihre eigenen informellen Netzwerke haben. Diese sind bei der Vermittlung von Geschäftslokalen und Informationsweitergabe behilflich und stellen somit einen wesentlichen Standortvorteil dar. Zugewanderte TürkInnen, die dauerhaft ihren Lebensmittelpunkt nach Wien verlagert haben, beginnen auch verstärkt zu investieren, wie z.B. durch den Erwerb von Wohnungen oder Häusern, was wiederum Einfluss auf die Vergabe von Geschäftslokalen innerhalb dieser Netzwerke haben kann.

*„Denn man merkt schon bei den Zuwanderern, dass sie ihre Strategien entwickelt haben, sich hier selber zu verankern. Sie sind auch Hauseigentümer, sie verwalten die Häuser. Sie schauen, dass ihre Leute, Unternehmer mit türkischem Hintergrund, ins Erdgeschosslokal kommen. Sie sind da auch sehr erfolgreich. Sehr gut vernetzt, Netzwerke in die wir gar keinen Einblick haben.“ (E3, GB\*16, Z 136-139)*

*„(...) ich glaube wirklich, weil das Netzwerk schon so stark ist – und wir haben mit der Ula Schneider gesprochen, die wohnt in einem Haus, was einen türkischen Eigentümer hat – sie hat zu uns gesagt, dass sie vermutet, dass er das Geschäftslokal gerne in türkischer Hand sieht. Also weil sie wohl mal selber mal an einen Freund vermitteln wollte und dann hat das nicht geklappt. Und dann war so die Vermutung, dass er lieber einen türkischen Geschäftsmann, eine türkische Geschäftsfrau haben will. Scheint eher leichter zu sein.“ (E4, GB\*16, Z 370-374)*

Neben dieser Art informeller Netzwerke, die zumindest innerhalb der „türkischen Community“ beobachtet werden, spannen sich – wie aus den Unternehmerinterviews hervorgeht – zudem andere Verbindungen zwischen den Unternehmen der einzelnen Straßenzüge auf. Wie auch in der Quellenstraße zeichnen sich die von MigrantInnen geführten Kleinunternehmen – ob inhabergeführt, Familienbetrieb oder mit einem Geschäftsführer bestellt – der Ottakringer Straße und Brunnengasse dadurch aus, dass schon alleine durch die Anwesenheit der GeschäftsbetreiberInnen der Bezug zum Stadtteil größer ist und damit viel eher nachbarschaftliche Kontakte geknüpft und gepflegt werden. Der Kontakt untereinander bleibt meist auf die nähere Umgebung beschränkt. Austauschbeziehungen manifestieren sich etwa darin, dass sich zwei türkische Restaurants in der Brunnengasse hin und wieder Produkte voneinander ausleihen, hat einer etwas nicht mehr gelagert.

Auch die kroatische Betreiberin eines Lokals am Yppenplatz spricht von den nachbarschaftlichen, zum Teil freundschaftlichen Beziehungen, zu den anderen LokalbetreiberInnen am Platz. Weniger freundschaftlich steht sie einem benachbarten Lokal gegenüber, dem ANDO, einem von Brüdern mit türkischen Wurzeln geführten, durch ihr Speiseangebot und ihre Präsentation jedoch international ausgerichteten Restaurant. In ähnlicher Weise sieht ein Vertreter des Cafés C.I. am Yppenplatz seine nachbarschaftlichen Kontakte.

*„Mit dem „Fania“ intensiver Kontakt, weil das gehört mir, das habe ich verpachtet. Das Eisgeschäft gehört zum Fania dazu. Und der Jovica, das „Horizont“, das ist ein ehemaliger Mitarbeiter vom C.I., der viele Jahre bei uns gearbeitet hat. Mit dem hab ich auch guten Kontakt. Die Nachbarn da drüben, das indische Lokal, bestens, wirklich freundschaftlich. Das nächste, „Linden“ heißt es jetzt, ja, auch sehr gut und angenehm. Am Eck das „Dellago“, weniger, ist schon weiter weg und gibts noch nicht so lange, aber durchaus angenehm. Der einzige, mit dem wir keinen angenehmen Kontakt haben, ist der ANDO. Das ist ein Streitbansl. Und es freut eigentlich niemanden, dass der alles genehmigt bekommt, was andere nicht bekommen. Am Naschmarkt genauso. Da hat die Familie ja auch drei Lokale.“ (E5, Z 154-160)*

Förderlich für die Geschäftstätigkeit gestalten sich die Verbindungen eines türkischen Friseurs in der Ottakringer Straße mit dem bosnisch-kroatischen Betreiber eines nahe gelegenen Kaffeehauses: neben einem guten freundschaftlichem Verhältnis vermitteln sie auch KundInnen untereinander.

*„Ich kenne, ich bin mit allen gut. Oben, der Herr Doktor, eine Frauenarzt, das sind unsere besten. Er ist wirklich nett. Das Kaffeehaus, oben das Café Styxx. Ja, mit denen habe ich kein Problem gehabt bis jetzt, Gott sei Dank. Wenn ich da Kunden finde, ich schicke dort hin. Schickt mir. Verbindung haben wir schon genug. Mit dem Kaffeehaus. So rennt das. (...) Ich krieg fast jeden Tag zwei, drei Kunden vom Café Styxx zum Beispiel.“ (B9, Z 178-180; 187)*

Die Philosophie des Friseurs, bei seinen KundInnen ebenso Kunde zu sein, quasi einen Unternehmenskreislauf anzukurbeln, verfolgt er wohl auch auf der Ottakringer Straße, deren Geschäftsleute zu seinem Kundenkreis zählen.

*„Ein Friseur muss überall sein. Ist wurscht, was er für einen Beruf hat, was für einer ist. Aber meine Konzept ist, wenn ich eine Kunde habe, einen Stammgast, Besitzer Tankstelle, ich gebe dorthin hinein, extra wegen ihn. Also, man sagt bei uns, ein Sprichwort: "zwei Hände waschen Hände und vier Hände alle Gesicht". Also, wenn ich zu ihm komme, er kann zu mir kommen.“ (B9, Z 180-183)*

Auch der Kaffeehausbetreiber steht mit vielen benachbarten UnternehmerInnen – nicht zuletzt über den Bezug der von ihnen angebotenen Produkte und Dienstleistungen – im Austausch. Wenngleich nicht in Form regelmäßiger Zulieferer-oder Absatzbeziehungen, die oftmals aufgrund des lokalen Angebots auch gar nicht möglich sind, entstehen auf diese Weise wertvolle lokale Wirtschaftskreisläufe, die darüber hinaus die Kontakte zwischen den UnternehmerInnen stärken.

*„Ja, zahlreiche Leute. Gegenüber von uns, der Rajkovic, der mit Baumaterialien arbeitet, wenn wir da mal was brauchen, gehen wir zu ihm rüber. Den Druck, den wir machen auf den T-Shirts, machen wir beim Rado Sport. Das Saloon, das Restaurant da unten, da geben wir essen. Dann drüben das Restaurant, wie heißt das, beim Sascha, Balkanika Grill, des Öfteren bestellen wir Essen bei denen und essen dann auch gemeinsam, wenn der Chef spendabel ist, was er auch ist.“ (B10, Z 139-142)*

## **Wohnsitz**

Bei allen der betrachteten Unternehmen des Brunnenviertels handelt es sich um inhabergeführte Geschäfte, wobei es in den beiden türkischen Restaurants als auch im bosnisch-kroatischen Kaffeehaus zusätzlich einen Geschäftsführer gibt. Die türkischen Restaurants sind Familienbetriebe, in denen mittlerweile die Söhne der Geschäftsgründer die Geschäftsführung übernommen haben. Der Gründer des einen Lokals ist zugleich Besitzer des Hauses, in welchem er sein Restaurant führt. Erst mit dem Kauf des Hauses erhielt der Gastronomiebetrieb seine heutige Gestalt.

*„Damals, wie er aufgesperrt hat, war das vorne der halbe Raum. (...) Er hat das ja nur gemietet. Und dann wollte er draußen eine größere Reklame machen. Und die Hauseigentümerin wollte das nicht. Und dann hat er gemeint, "dann kauf ich das ganze Haus". Sie hat gesagt "Nein, das ist nicht zu verkaufen". Ein paar Monate später hat sie ihm gefragt, ob er es kaufen will. Und er "ja, er will". Obwohl er eh schon viele Schulden gehabt hatte. Und mit Ach und Krach hat er dann für das Haus einen Kredit bekommen. Und da hat er damals sehr viele Probleme auch gehabt. Und wo er dann das Haus gekauft hatte und den Schlüssel bekommen hat, hat er dann gesehen, dass er einen großen Saal und Garten hat.“ (B8, Z255-259)*

Mehr als die Hälfte der befragten UnternehmerInnen wohnt in anderen Stadtteilen Wiens. Der türkische Friseur könnte sich auch nicht vorstellen in Ottakring zu leben, da es im zu wenig grün ist.

*„Beton. Überall. Ich war in Niederösterreich. Darum sage ich, kriege ich keine Luft. (...)Ich wohne Grenze Schwechat. Wien, aber 11. Bezirk. Schon grüner.“ (B9, Z 84; 88)*

So manche der Geschäftsleute sind auch froh darüber, durch den Wohnsitz in einem anderen Stadtteil etwas Abstand zur Arbeit zu haben.

Auch die MitarbeiterInnen in den Geschäftslokalen kommen zum Großteil aus den verschiedensten Stadtteilen Wiens. Lediglich jene des türkischen Friseurs als auch der serbischen Kosmetikerin wohnen vorwiegend im 16. Bezirk bzw. in der näheren Umgebung.

### **Zwischenresümee**

Über die KundInnen der betrachteten Geschäfte werden sowohl lokale als auch überlokale Verbindungen aufgespannt. Sie dienen mit ihrem Angebot einerseits der lokal lebenden und arbeitenden Bevölkerung zur Nahversorgung. Meist reicht ihr Einzugsbereich aber viel weiter. Während sich dieses beim Großteil der österreichischen Publikums auf andere Stadtteile Wiens beschränkt, dehnt es sich bei KundInnen mit türkischem und ex-jugoslawischem Migrationsbezug auch auf die Wiener Umgebung und andere Bundesländer aus. ÖsterreicherInnen machen nicht selten den Großteil des KundInnenstocks der UnternehmerInnen aus, insbesondere in der türkischen Gastronomie. Dies entspricht einerseits eher der demografischen Zusammensetzung der Wohnbevölkerung, liegt vermutlich aber vor allem daran, dass sich das Einzugsbereich der Lokale auf weite Teile Wiens erstreckt. Bei Dienstleistungen, wie im Friseurgewerbe, fällt der österreichische KundInnenanteil etwas geringer als in der Gastronomie aus. Am stärksten werden diese von Personen mit serbischem, kroatischem oder bosnischem Herkunftshintergrund besucht. Nicht immer sind alle Zuwanderergruppen gern gesehene Gäste, wie bei einer serbischen Kosmetikerin, die keine TürkInnen unter ihren KundInnen haben will. Ansonsten favorisiert keiner der interviewten Geschäftsleute besondere Zielgruppen. Setzt sich der KundInnenstock überwiegend aus einer bestimmten Gruppe zusammen, sind es weniger explizite Vermarktungsstrategien, sondern das Angebot – sei es „jugoslawische“ Pop-/Volksmusik, oder auch veganes Essen – wodurch diese stärker angesprochen wird. Durch die sowohl aus unterschiedlichen Milieus als auch aus unterschiedlichen Orten kommenden NutzerInnen der Migrantenökonomie im Brunnenviertel, betreten viele heterogene soziale AkteurInnen das Viertel, welches sich förderlich auf den Transfer von Wissen, im Sinne von Ideen und Ressourcen, im Sinne von Kaufkraft auswirken kann.

Durch ihren Charakter als inhabergeführte Kleinst- und Kleinunternehmen, die mehr Verbundenheit zum Stadtteil zeigen, gibt es vielfältige Austauschbeziehungen mit den umliegenden UnternehmerInnen, sei es über die Möglichkeit sich Waren auszuborgen, die gegenseitige Vermittlung von KundInnen, dass man selbst privat als Kunde/Kundin bei den Nachbarsgeschäften auftritt oder zumindest, dass man sich schlicht kennt. Auch werden zum Teil lokale Wirtschaftskreisläufe unterstützt, indem Dienstleistungen und Produkte der umliegenden Unternehmen auf im Rahmen der Geschäftstätigkeit in Anspruch genommen werden. Mit dem „Club der Unternehmer in Ottakring“ wurde von mehreren ansässigen UnternehmerInnen – mit und ohne Migrationsbezug – der Versuch unternommen, auch ein formelles Netzwerk zwischen den UnternehmerInnen der Ottakringer Straße aufzubauen, in welchem migrantische UnternehmerInnen stärker einbezogen sind als in der „Interessengemeinschaft Brunnenviertel“, in welchem sie nur sehr spärlich vertreten sind. Die Mitgliedschaft in einem türkischen Unternehmerverband erwähnte ein Geschäftsmann. Die lokale Gebietsbetreuung führt die Schwierigkeit der Einbindung migrantischer Unternehmer in formelle Interessengemeinschaften darauf zurück, dass diese häufig ihre eigenen, informellen Netzwerke haben. Die Etablierung dieser sozialen Netzwerke, die beispielsweise bei der Geschäftsvergabe eine Rolle spielen und vor allem unter türkischen Kaufleuten zu beobachten sind, ist sicherlich zum Teil auch Antwort auf anfänglich verabsäumte Unterstützungsleistungen seitens der Stadt.

Die zahlreichen überlokalen Bezüge über den erweiterten Einzugsbereich der KundInnen, den stadtweiten Geschäftsbeziehungen oder den Wohnorten der BetreiberInnen und MitarbeiterInnen, die häufig in anderen Stadtteilen liegen, tragen zur notwendigen Verflechtung der Migrantenökonomie mit der Stadt und anderen Regionen bei (siehe Kap.3.2). Gleichermaßen zeigen sich über die betrachteten Aspekte intensive lokale Bezüge. Insbesondere in der Funktion als Nahversorger für die lokale Bevölkerung, über die nachbarschaftlichen Kontakte und informellen sozialen Netzwerke zwischen den UnternehmerInnen und teilweise aus der Umgebung kommenden MitarbeiterInnen wird die Einbettung im Stadtteil deutlich.

## 9.2.2 Der Einfluss des Quartiers auf das unternehmerische Handeln

Nicht nur über die Einbindung der oben betrachteten Aspekte lässt sich die lokale Verankerung der Migrantenökonomie analysieren. Die Einbettung im Stadtteil wird ebenso über die Bedeutung desselbigen für ihre Geschäftstätigkeit sichtbar. Welche Möglichkeiten aber auch Einschränkungen ergeben sich für das unternehmerische Handeln der Geschäftsleute durch die unterschiedlichen lokalen Faktoren, die den Stadtteil ausmachen?

### Materiell-phisches Substrat Brunnenviertel

Hinsichtlich Standortvor- und Nachteile wurden von den interviewten UnternehmerInnen am häufigsten wirtschaftsstrukturelle Faktoren erwähnt, die sich entweder in positiver oder negativer Hinsicht auf ihre Geschäftstätigkeit auswirken. Die Geschäftsleute der Brunnengasse und des Yppenplatzes bezogen sich vor allem auf die aufgeblühte **Lokalszene** rund um den Yppenplatz als wesentlichen Standortfaktor. Auch wenn sie diese Lokale zum Teil als Konkurrenz sehen, bewerten die beiden türkischen Restaurantbetreiber sie dennoch überwiegend positiv, da sie ihrer Meinung nach zur Veränderung des Images des Viertels beigetragen haben und eine Art Magnet für neue Gäste darstellen. Die erhöhte PassantInnenfrequenz im Brunnenviertel komme ihnen schließlich auch selbst zugute.

*„Ja, sehr. Es hat sich alles verbessert in den letzten Jahren. Durch den Yppenplatz, dort sind viele Lokale jetzt. Und vor zehn Jahren haben viele Kunden zu uns gesagt, sie kommen nur wegen uns. Da war der 16. ein bisschen verschrien. "Sie kommen nur wegen uns und würden sonst nie im 16. fahren." An das kann ich mich gut erinnern, das haben viele Kunden gesagt. Und jetzt ist nicht mehr so. (...) Nachteil ist, dass es jetzt mehr Lokale gibt, also quasi mehr Konkurrenz. Aber auch Vorteile, dass man Publikum anzieht hierher und neue Gäste, viele.“ (B8, Z 35-37; 43-45)*

Die Lebendigkeit durch die neue Lokalszene, die der türkische Restaurantbetreiber in der Brunnengasse durchaus erfreulich wahrnimmt, sieht die Inhaberin des indischen Lokals direkt am Yppenplatz etwas kritischer. Einerseits sei zwar die hohe PassantInnenfrequenz natürlich auch ein Vorteil für ihr Geschäft. Andererseits ist ihrer Ansicht nach das Geschehen rund um den Yppenplatz schon zu viel. Aus diesem Grunde würden ehemalige Stammgäste und Familien, welchen der Yppenplatz schon zu belebt ist, mittlerweile bei ihr ausbleiben und nun den etwas ruhigeren 8. Bezirk bevorzugen (Gesprächsprotokoll B 12).

Von einem Zuviel – nämlich einem Zuviel an Lokalen – spricht auch ein langansässiger österreichischer Lokalbetreiber. Ihm zufolge habe die Gastronomieszene den Yppenplatz bereits zu sehr vereinnahmt, auch wenn diesbezüglich die Stadt offenbar anderer Meinung ist.

*„Ich denke, es sind ein bisschen zu viele Lokale schon am Platz. Aber was macht die Politik? Sie verkauft das Marktamtsgebäude, was gerade abgerissen wird, an die Ottakringer Brauerei. Also ob wir nicht eh schon viele und zu viele Lokale hier hätten. Für die Politik wäre es doch gescheiter – es gibt so viele abgesandte Plätze hier in Ottakring, wo sie nichts machen – sich zu bemühen dort ein Leben rein zu bringen. Und nicht, wo schon Lokale sind, sollen noch mehr Lokale kommen. Bis alle Leute angefressen sind und sagen, "da ist ja nur mehr das Gequatsche und die blöden Ziehharmonikaspieler, gegen die man nichts machen kann".“ (E5, Z 113-118)*

Durch die Kommerzialisierung des Platzes wird angesichts der großen Fläche an konsumpflichtigen Schanigärten obendrein der Freiraum für die buchstäblich an den Rand gedrängten Personen eingeengt. So bleibt nur eine kleine konsumfreie Restfläche der „Piazza“ am Yppenplatz, die nun Treffpunkt einer Gruppe von – als Obdachlose oder Alkoholiker kategorisierte – Personen ist, welche nicht selten in Konflikt mit den ansässigen Lokalen kommt. Um diese „unerwünschten“ Personen fernzuhalten, wurde vom angrenzenden ANDO-Fisch sogar der Versuch unternommen eine Abstandfläche in Form einer vertikalen Wand einzuziehen. Zeichen des Protests können heute an den sichtbaren Brandspuren abgelesen werden.

*„Ich denke, dass da mit der Kommerzialisierung des Platzes auch viel zu weit gegangen worden ist. Ursprünglich in den Planungen war immer nur die Rede davon, dass um den Platz herum ein Kreis von Schanigärten sein soll, dass die Mitte aber frei bleiben soll. Dann ist der Ando gekommen und hat dann die Miete bekommen. Was er da für die SPÖ leistet, weiß ich nicht. Aber es ist ein Fehler, einen Platz derart dem Geschäft auszuliefern. Und dann gibts die Konflikte mit den Leuten, die auf dem letzten Stückchen, auf der letzten kleinen Nicht-Konsumationszone sitzen. Da fühlen sich dann die noblen Gäste vom Fischlokal von denen belästigt. Sind sie ja auch zum Teil. Wenn die von den Getränken kosten, die am Tisch stehen. Aber das entsteht dadurch, dass das so knapp nebeneinander ist, dass die so knapp heran rücken an den öffentlichen Bereich.“ (E5, Z 123-130)*

Für die UnternehmerInnen der Ottakringer Straße sind die Veränderungen am Yppenplatz kein Thema. Vermutlich hat sich bei ihnen in den letzten Jahren weniger eine gesteigerte Nachfrage oder erhöhte Frequenz als etwa bei den Lokalen in der Brunnengasse bemerkbar gemacht. Der Schluss liegt nahe, dass sich die – hinsichtlich Einkommensniveau oder sozialem Status – veränderte KonsumentInnenstruktur im Zuge des Aufwertungsprozesses bislang auf bestimmte räumliche und ökonomische Teilbereiche des Brunnenviertels, wie etwa auf den Yppenplatz und im Bereich Gastronomie auch auf die Brunnengasse, beschränkt. In dieser Hinsicht merkt auch die Gebietsbetreuung an, dass die Kaufleute noch wenig von einer anderen Nachfrage spüren. Die neue Käuferschicht mache sich indessen am Bauernmarkt am Yppenplatz bemerkbar.

*„Ja, das war das worauf sich die Studenten alle so gestürzt haben in ihren Interviews, weil die haben gedacht, es wäre alles total gentrifiziert, weil es hier auch so viele Dachgeschossausbauten gibt. Und haben konkret auch gefragt, ob sich das Warenangebot nach oben hin auch verändert hat. Was eigentlich nicht der Fall war. Weil die Kaufleute selber sagen, dass sie diese Veränderung in der Bewohnerschaft eigentlich noch nicht spüren von der Nachfrage her. Außer eben das mit dem Bauernmarkt, da gibts das Bedürfnis, dass der öfters, dass der ausgeweitet wird.“ (E4, GB\*16, Z 366-370)*

Als Standortvorteil für die türkischen GeschäftsbetreiberInnen ist die „**Konzentration des türkischen Angebots**“ (E3, GB\*16, 382) zu sehen. Durch die breite Palette an Produkten und Dienstleistungen – von Lebensmittel- und Modegeschäften mit türkischen Produkten bis hin zu Dienstleistungen des Geldtransfers – die speziell auf die Bedürfnisse der eigenen Herkunftsgruppe ausgerichtet sind, ist das Brunnenviertel nicht nur für die ansässige türkische Wohnbevölkerung attraktiv, sondern auch für jene, die in anderen Teilen Wiens oder anderen Bundesländern leben.

*„Dass hier natürlich dann wegen der bestehenden Strukturen eben Wien weit oder manchmal auch über die Stadtgrenzen hinaus, die Kunden dann auch herkommen. Weil es schon auch den Ruf als Türkenviertel hat und wenn man was Spezielles braucht, dann bekommt man es auch hier. Dann hat das einen großen Einzugsbereich von Kunden. Das ist sicher ein Standortvorteil.“ (E4, GB\*16, Z 378-380)*

Der weite Einzugsbereich von türkischen KundInnen wurde, wie weiter oben dargelegt, auch von den UnternehmerInnen selbst bestätigt. Während sich die Agglomeration von unterschiedlichen Branchen vorteilhaft auswirkt, wird das gehäufte Auftreten derselben Branche ambivalent bewertet. Ein türkischer Friseur beklagt die in der letzten Zeit steigende Anzahl an Frisuren auf der Ottakringer Straße, die er als **Konkurrenz** betrachtet. Im Gegensatz dazu sieht der Geschäftsführer eines türkischen Restaurants die anderen in der Umgebung liegenden türkischen Lokale vorteilhaft. Der Cluster an Restaurants trägt seiner Meinung nach dazu bei, dass der 16. Bezirk als **Gastronomiestandort** wahrgenommen wird und damit mehr potentielle Gäste anlockt.

*„Die Leute sagen, „ok, wir geben in den 16. Bezirk. Da gibt viel.“ Einmal kommen die Leute zu mir, das andere Mal zum Kent. Sie entscheiden sich für den 16. Bezirk, nicht für ein bestimmtes Restaurant.“ (Gesprächsprotokoll B13)*

Als negativ werden von manchen UnternehmerInnen die vorhandenen **Wettlokale** bewertet. Das seit Jänner 2015 in Kraft getretene Gesetz über das Verbot von Glücksspielautomaten, durch welches manche Wettlokale schließen mussten, wird dementsprechend gutgeheißen.

Während für einen Unternehmer der Brunnengasse der **Brunnenmarkt** einen wichtigen Frequenzbringer darstellt, würde sich ein Geschäftsmann der Ottakringer Straße größere internationale Ketten als Anziehungspunkt für KundInnen wünschen.

*„Irgendwie einen Namen da machen. Irgendeinen C&A, H&M, meine ich, was anderes. Einfach was anderes, Elektrogeschäfte. Kosmos z.B. Ok, gesamt in Österreich in Konkurs gegangen. Aber kann man noch einmal probieren. Braucht unbedingt ein Elektrogeschäft z.B. auf Ottakringer Straße. Braucht unbedingt einen H&M zum Beispiel. Kann gut werden. Leute müssen da hin wegen denen und die anderen sehen. Vielleicht wird das noch einmal.“ (B9, Z 69-72)*

Als Standortvorteil wird schließlich auf die **zentrale Lage** und **gute Erschließung** des Stadtteils Bezug genommen. Darüber hinaus wird auf so manche günstige bautypologische Merkmale der Geschäftslokale Bezug genommen.

Während von den UnternehmerInnen der Quellenstraße im 10. Bezirk in den Interviews häufig auf die einkommensschwache Käuferschicht – sowohl als Chance als auch als Hemmnis – Bezug genommen wurde, war die Wohnbevölkerung bei den Kaufleuten im Brunnenviertel wenig Thema. Zwar wurde meist die KundInnenstruktur bezüglich Nationalität oder sozialem Status beschrieben, jedoch ohne weitere Bewertungen hinsichtlich der

Auswirkung auf ihre Geschäftstätigkeit. Nur ein Interviewpartner nannte es explizit als Vorteil, dass seine KundInnen hinsichtlich der Herkunft sehr gemischt sind. Bei den befragten Gewerbetreibenden im Brunnenviertel scheint das Publikum vom sozialen Status her im Vergleich zum 10. Bezirk gemischter zu sein. Berücksichtigt werden muss hier allerdings, dass sich die interviewten Geschäftsleute im Brunnenviertel auf die Branchen Gastronomie und Friseur beschränken. In anderen Branchen ist die Käuferschicht womöglich homogener.

### **Interaktionsstrukturen Brunnenviertel**

Abneigungen zwischen verschiedenen Zuwanderergruppen scheint es, wie auch in Favoriten, ebenso im Brunnenviertel zu geben. Als eine Art Standortabwertung fassen so manche der aus den traditionellen Zuwandererländern Türkei und dem ehemaligen Jugoslawien stammenden UnternehmerInnen die zunehmende Präsenz von bulgarischen und rumänischen Einwanderern auf, wie die Mitarbeiterin der Gebietsbetreuung anmerkt.

*„Was mir jetzt noch einfällt, was doch vielleicht ein bisschen zum Standort passt, was türkische Zuwanderer angeben, dass sie mit Sorge beobachten, dass es jetzt bulgarische und rumänische Zuwanderung gibt. Also (Lachen) „unterschichtige Zuwanderung“. Also das wird so gesehen, dass so der Standort verschlechtert wird.“ (E3, GB\*16, Z 346-348)*

In den Interviews bringt dies eine serbische Kosmetikerin sehr deutlich zum Ausdruck. Vorurteile hegt sie ebenfalls gegen TürkInnen, die sie als KundInnen kategorisch ablehnt.

Ein türkischer Unternehmer sieht es wiederum als Vorteil, dass das Publikum im Brunnenviertel so „gemischt“ ist und betont, keine Probleme mit anderen Nationalitäten zu haben.

*„Du hast hier eigentlich alle Nationalitäten. Natürlich in der Ottakringer Straße hast mehr Serben und Kroaten, am Brunnenmarkt mehr die Türken. Aber wir haben eigentlich kein Problem.“ (B8, Z 86-70)*

Tatsächliche Konflikte spannen sich am Yppenplatz zwischen LokalbesitzerInnen und einer Gruppe von Leuten auf, die als „Obdachlose“, „Verrückte“ oder „psychisch Kranke“ kategorisiert werden, und sich am Rande der „Piazza“ aufhalten. Die Auseinandersetzungen mit den umliegenden Geschäftsleuten entstehen dadurch, dass sie in den Gastgärten den Gästen teilweise vom Teller essen oder sich derer Getränke bedienen. Förderlich für diesen Konflikt scheint zum Teil die angesprochene Einengung des öffentlichen konsumfreien Raumes im Bereich der „Piazza“ zu sein. Als ebenso störend nimmt eine LokalbesitzerIn am Yppenplatz die sehr hohe Frequenz an BettlerInnen wahr.

Von mafiösen Machenschaften auf der Ottakringer Straße spricht ein türkischer Friseur, wobei er annimmt, dass die Drahtzieher mittlerweile nicht mehr da sind. Ihre Schutzgeldforderungen, welchen er nicht nachkommen wollte, kosteten ihm drei Zähne.

*„Wie ich angefangen habe, 2008 war das, wegen Schutzgeld die sind zu mir gekommen. Ich weiß nicht wer, ich glaube Tschetschenen waren die. Die wollten Geld. Ich arbeite wegen meiner Kinder, wegen meiner Familie. Dafür habe ich drei Zähne gegeben. Also Polizei hat selbst gesagt, „nur Zeitung und Papier, sonst nicht. Von ihnen sind drei Zähne weg. Das sind Asyltyp, die geben wieder raus von Österreich. Nach drei Wochen wieder da“. Keine Ahnung, wo sind die jetzt.“ (B9, 27-31)*

*„Ich glaube, die größten Köpfe wirklich weggegangen. Was ich weiß, was ich gehört habe. Sonst nichts. Die größte Mafia ist weg.“ (B9, Z 92)*

Inwieweit migrantische Geschäftsleute des Brunnenviertels in lokale Interaktionsstrukturen, wie in Aktivitäten der Gebietsbetreuung oder in das biennial stattfindende Kunstfestival SOHO in Ottakring, eingebunden sind, kann auf Basis der Interviews nur beschränkt beurteilt werden. Nur ein Unternehmer schildert diesbezügliche Erfahrungen. Das von der Gebietsbetreuung ins Leben gerufene „Reisebüro“, dessen Ziel es war als Kommunikationsplattform neue Sichtweisen auf die Ottakringer Straße zu eröffnen und damit eine verändertes Image zu generieren, bewog einen türkischen Friseur dazu, sich als „Reiseleiter“ für diese Art von Stadtteilarbeit zu engagieren.

### **Institutionalisiertes und normatives Regulationssystem Brunnenviertel**

Wie in Kap. 9.1.4 dargelegt, durchlief das Brunnenviertel in den letzten Jahren einen durch verschiedene Programme unterstützten **Aufwertungsprozess**, der bauliche Veränderungen, eine Veränderung des Images und zum Teil steigende Wohnungsmieten mit sich brachte. Auch der Großteil der Gewerbetreibenden nimmt die steigenden Mietpreise am Wohnungsmarkt wahr, ist jedoch aufgrund älterer bestehender Miet- oder Pachtverträge noch in der Gunst relativ niedriger Lokalmieten. Dennoch zeigen sich erste Auswirkungen auch auf die Mietverträge der

Geschäftslokale, nicht nur durch **steigende Mieten**, auch durch **erhöhte Provisionen** und auf wenige Jahre **befristete Verträge**, durch welche Mieterhöhungen eher möglich sind.

*„Was ich noch weiß, dass die Provisionen zugenommen haben oder dass die Geschäfte teurer geworden sind. Und das ist nicht nur bei Wohnungen so, sondern auch bei Geschäftslokalen. Dass sie in kürzeren Zeitabständen befristet sind.“ (E4, GB\*16, Z 340-341)*

Insbesondere am Yppenplatz ist diese Veränderung spürbar. Die interviewte kroatische Betreiberin eines indischen Lokals musste kurz nach dem Interview ihr Geschäft schließen, da ihr Vertrag ausgelaufen war und sie sich die neue Miete – die um das Doppelte erhöht wurde – nicht mehr leisten konnte. Innerhalb der letzten sieben Jahre hatte es ihren Schilderungen zufolge drei verschiedene Betreiber des Geschäftslokales gegeben, die alle aufgrund der ständigen Mieterhöhungen ihre Geschäftstätigkeit am Yppenplatz aufgeben mussten (Gesprächsprotokoll B12).

Die **Neugestaltung der Ottakringer Straße** 2012 wird von den Kaufleuten unterschiedlich bewertet. Während eine serbische Kosmetikerin feststellt, dass sie seit dem Umbau noch mehr KundInnen habe, beklagt sich ein türkischer Friseur, dass während der Umbauzeit die Stadt auf die ansässigen Kaufleute vergessen – *„Leute hat er vergessen. Eineinhalb Jahre.“ (B9, Z 57)* – und er seit dem Umbau weniger Laufkundschaft habe. *„Wir haben genug Kundschaften, genug Kundschaften von den anderen Ländern gehabt, laufende Kundschaften. Nach dem Umbau, total, irgendwie fertig.“ (B9, Z 51)*. Auch hätte er sich erwartet, dass die von ihm schon angesprochenen mafiosen Strukturen der Ottakringer Straße dadurch „beseitigt“ werden würden, wobei folgende Aussage im Widerspruch zur vorher getätigten steht, dass die „größten Köpfe“ schon weg seien.

*„Wird immer schlimmer. Ok, insgesamt, kannst den Weg geben. Aber ich weiß nicht, wie wollen die schaffen. Die wollen saubere Ottakringer Straße, ich glaube, schaffen die nicht. Die sagen schon, die größte Mafia von Ottakring weg, aber (...) schaffen es nicht. Es ist schwer.“ (B9, Z 63-65)*

Der Geschäftsführer eines kroatisch-bosnischen Kaffeehauses erwähnt die veränderte Verkehrsorganisation seit dem Umbau. Positiv sieht er die geschaffene Kurzparkzone, während er mit den seither gehäuft auftretenden Verkehrsstaus, Kritik am Umbau anmerkt.

*„Vorteil es ist eine Kurzparkzone. Es gibt jetzt vermehrt Parkplatz nach der Zeit des Umbaus der Ottakringer Straße. Wegen der Einschränkung der Parkplätze. Sie haben so 50 Parkplätze weggenommen auf der ganzen Straße. (...) Die Kurzparkzone ist positiv für uns. Der Umbau der Ottakringer Straße naja, sieht man ja tagtäglich was hier passiert. Ab 14.00 Uhr staut es dann schon auf der Straße, was früher nicht der Fall war.“ (B10, Z 58; 64)*

Auch spricht er von Umsatzeinbußen während der Umbauphase, ist sich aber über den Mehrwert einer sanierten Straße bewusst.

*„Die Baustelle hat auch einiges dazu beigetragen, dass der Umsatz um einiges gedämpft wurde. Weil die Straße war komplett gesperrt, fast ein Jahr lang. Jetzt haben wir wieder ein Baustelle hinter dem Lokal, wegen der Straßensanierung, bis Ende Dezember. Das heißt, die komplette Einfahrt zu uns ist wieder mal gesperrt. Wir nehmen das in Kauf, weil es wird erneuert. Schöner und besser für uns, wenn die Straße saniert ist, als wenn sie jetzt so ist, wie vor einem Monat.“ (B10, 204-207)*

Die **Marktordnung** (vgl. Marktordnung 2006) als städtische Regelung, welche die Raumnutzung der als Marktgebiet festgelegten Zone um den Yppenplatz und in der Brunnengasse beeinflusst, bringt für die ansässigen UnternehmerInnen zum Teil irrsinnige Auswirkungen mit sich. Während ein im Marktgebiet liegendes Restaurant den Vorzug genießt ganzjährig einen Gastgarten zu betreiben, ist dies den Lokalen der Erdgeschosszone der angrenzenden Häuserfronten ein paar Metern weiter nur auf bestimmte Monate begrenzt, da sie nicht mehr im Marktgebiet liegen.

*„Markt ist das, was in der Mitte ist von dem Platz. Und Straße ist das, was am Rand ist. Also, da gibt es so absurde Grenzverläufe zwischen Marktgebiet und Straße. Und die Preise, die man zahlt für die Schanigärten sind unterschiedlich. Und die Regeln, wann man zu welchen Zeiten Tische rausstellen kann, sind verschieden. Also, da an der Häuserfront, an der Südseite, wo es gerade interessant wäre im Winter, im Jänner, dass die Leute sich raussetzen können. Wenn endlich einmal ein sonniger Tag ist, nehmen sie die Sessel und setzen sich raus. Und das Marktamt kommt und fotografiert, dass da jemand draußen sitzt vor der Tür. Das ist nämlich erst ab März erlaubt (Lachen). Die haben nix anderes zu tun, als Menschen zu fotografieren, die die ersten Sonnenstrahlen im Winter genießen wollen. Wogegen, auf Marktgebiet darf man das ganze Jahr in der Sonne sitzen. Also, das sind so absurde bürokratische Regelungen und Unterschiede.“ (E5, Z 204-213)*

In der Brunnengasse hingegen sieht es ein türkischer Restaurantbesitzer, dessen Gastgarten zum Teil im Marktgebiet liegt, wiederum als Nachteil, dass er diesen sonntags nicht in Betrieb nehmen darf (Gesprächsprotokoll B13).

Als gelungene Umgehung einer Regelung – nämlich jener, den Höchstanteil von einem Drittel an Gastronomie auf Marktgebiet (vgl. §6a Marktordnung 2006) nicht zu überschreiten – seitens der Stadt erscheint die Zusammenlegung der beiden Marktgebiete des Yppen- und Brunnenmarktes, die dem ANDO erst die Chance eröffnete sich als Gastronomiebetrieb in einer ehemaligen Gemüsegroßlagerhalle am Yppenplatz anzusiedeln.

*„Das sind ja alles ehemalige Gemüsegroßhandelshallen gewesen. Und wir haben uns zum Beispiel bemüht, die eine Halle, wo das ANDO jetzt drinnen ist, zu kaufen. Da hat es geheißen, "nein, geht nicht. 30% Gastronomie ist schon erreicht." Kann man nichts machen, weil das ist die Grenze, auf Märkten darf nicht mehr sein. Naja, und ein paar Wochen später hat das Ando das gekauft. Und der Yppenmarkt ist mit dem Brunnenmarkt zusammengelegt worden. Dadurch war statistisch jetzt die 30% Grenze nicht erreicht, er konnte umwandeln. Das hätten sie uns auch schon vorher sagen können.“ (E5, Z 195-200)*

Weniger als bei den UnternehmerInnen der Quellenstraße wurde die Parksituation bei den Geschäftsleuten des Brunnenviertels thematisiert. Während in der Brunnengasse ein Unternehmer die Parkplatzsituation für KundInnen und Lieferanten problematisch sieht, zeigt sich ein anderer über die Gebührenpflicht der Parkplatznutzung zufrieden, da es dadurch mehr Parkplätze gäbe.

*„Parkpickerl finde ich auch gut, damit es mehr Parkplätze gibt. Das spürt man auch sehr. Es ist auch gut, dass es nur bis 19.00 Uhr ist. Nicht so wie in anderen Bezirken bis 22.00, 23.00 Uhr. Das wäre ein Problem für unsere Kunden.“ (B8, Z 66-67)*

Besondere Chancen oder Hürden durch die Stadt werden nur am Rande erwähnt. Ein Geschäftsmann, der gerade dabei ist sein Lokal zu vergrößern, kritisiert den langwierigen bürokratischen Aufwand, den man dazu auf sich nehmen muss. Ein Friseur erachtet es als negativ, dass die Stadt mit der Vergabe von Gewerbescheinen zu locker umgehe.

*„Aber jetzt (...) Man versteht überhaupt nichts vom Friseur. (...) Aber trotzdem, von Stadt her, warum lässt sie das? Wenn man nicht versteht (...) Sag ich doch, wenn du Geld hast, du kannst Gewerbeschein kaufen. Von Stadt.“ (B9, Z 147; 152)*

Auf der anderen Seite fasst ein Restaurantbetreiber die vielen Kontrollen durch die Stadt wiederum als positiv auf.

*„In Wien ich finde es gut, dass es viele Kontrollen gibt, auch in der Küche. Dann fühle ich mich auch wohler, wenn ich woanders essen gehe. Das finde ich eigentlich gut, dass sie das machen.“ (B8, 55-56)*

### **Image Brunnenviertel**

Obwohl TürkInnen innerhalb der Wohnbevölkerung nicht die größte Zuwanderergruppe darstellen, hat die hohe Dichte an türkisch geführten Geschäften als auch der Brunnenmarkt, dessen MarktstandbetreiberInnen überwiegend türkischer Herkunft sind, dem Brunnenviertel den „Ruf als Türkenviertel“ (E3, GB\*16, Z 379) beschert. Dadurch erlangte es vor allem unter türkischen KundInnen, die ein spezifisches Angebot suchen, über das Viertel und über die Stadt hinaus Bekanntheit.

Das Außenimage als multikulturelles, vielfältiges, buntes Viertel, mit welchem sowohl auf die aktive KünstlerInneszene im Brunnenviertel als auch auf die dort lebenden und arbeitenden MigrantInnen Bezug genommen wird, wie es in Zeitungsartikeln, durch Investoren oder durch Wien Tourismus vermittelt wird (siehe Kap.9.1.5), wirkt sich ebenso positiv auf die Geschäftstätigkeit einiger UnternehmerInnen der Migrantenökonomie aus. Einerseits kann dieses Image verstärkt NutzerInnen aus anderen Stadtteilen anziehen. Von diesem Einfluss der medialen Berichterstattung, durch welche ein bestimmtes Bild transportiert wird, auf tatsächliche Veränderungen im Quartier sprechen auch Rhode et.al. (2010: 119): „die wiederholte Beschreibung des Flairs von Neulerchenfeld hat in der Wahrnehmung der LeserInnen seine Spuren hinterlassen. Menschen, die sich von diesem Image angesprochen fühlen, beginnen sich allein schon wegen des Rufes für das Quartier zu interessieren.“

Personen, die des vermittelten Multikulturalismus wegen – ob als KonsumentInnen oder zuziehende BewohnerInnen – ins Viertel kommen, führen nicht nur zu einer erhöhten NutzerInnendichte. Sie entstammen mitunter anderen Milieus, die andere Wahrnehmungsmuster und andere Blickwinkel auf die Migrantenökonomie mitbringen, was schließlich den Geschäftsleuten durch eine gesteigerte Nachfrage zugute kommen kann. Auf Basis der durchgeführten Interviews liegt der Schluss nahe, dass sich diese erhöhte, aber auch in ihrer Zusammensetzung veränderte NutzerInnenstruktur räumlich und branchenbezogen unterschiedlich stark bemerkbar macht. Vor allem die Geschäftsleute der Brunnengasse und des Yppenplatzes scheinen davon zu profitieren, weniger hingegen jene

der Ottakringer Straße. Einem die kulturelle Diversität wertschätzenden Publikum – wie es durch das Image des Brunnenviertels vermehrt angezogen wird – kann, wie Dabringer (vgl. 2008: 15) konstatiert, der Konsum kulturell geladener Produkte als Symbol für Weltoffenheit dienen und behilflich sein, der individuellen Identität Ausdruck zu verleihen. Inwieweit kulturelle Diversität von den „neuen“ NutzerInnen nur kulinarisch konsumiert wird, bleibt dahingestellt. Angesichts der InterviewpartnerInnen in der Brunnengasse, die sich – mangels Bereitschaft anderer UnternehmerInnen – auf die Gastronomie beschränken, kann nicht beurteilt werden, inwieweit sich eine gesteigerte Nachfrage auch in Branchen abseits der Gastronomie zeigt.

Von dem Einfluss, dass durch das multikulturelle Image das Brunnenviertel nicht nur zu Konsumzwecken sondern auch als Wohnstandort für viele Personen attraktiv wurde, spricht eine Mitarbeiterin der Gebietsbetreuung. In der Aussage wird ebenso deutlich, dass sich das Bild, welches man von außen hat und vordergründig durch indirekte Information gespeist wird, durch die direkten Erfahrungen die man angesichts der veränderten Ortsdistanz erlebt, verändern kann. Oder anders ausgedrückt, dass der Differenzierungsgrad eines Bildes mit der Nähe zum entsprechenden Ort steigt (vgl. Zimmermann 1975: 99; siehe Kap.5.1.3).

*„Also ich habe jetzt einen Dachbodenbewohner, der ist mir noch in guter Erinnerung. Der ist hergezogen, weil er Multikulti und die Vielfalt wollte. Ja, und der Dachboden ist halt günstiger als im 8. Bezirk. Und dann kam ein bisschen die Enttäuschung, dass es doch ein bisschen anstrengender ist als vielleicht im 8. Bezirk, weil einfach so viele unterschiedliche Menschen hier leben, womit er nicht gerechnet hat. Also, ich meine das Angebot aber auch von den Menschen, die hier leben Also, dass er Spritzen gehabt hat im Haus. Dass er sich abends doch auch ein bisschen unsicher fühlt, weiß ich nicht, weil vom Gürtel andere Leute auch unterwegs sind. Da sind sich manche nicht so bewusst, dass sie da in einer Zone wohnen, die halt durchmischer ist, mit den unterschiedlichen Hintergründen, Lebensstilen, sozialen Schichten.“ (E3, GB\*16, Z 186-192)*

Neben der Anziehung von Personen, die sich mit dem vermitteltem Image identifizieren können, kann sich ein positives Außenimage auch auf die Binnenperspektive der dort schon länger lebenden und arbeitenden Menschen auswirken und beispielsweise ethnische Barrieren herabsetzen. Um die Frage beantworten zu können, ob sich der im Außenimage vollzogene Wandel vom negativ konnotierten „Ausländerviertel“ zu einem positiv dargestellten Viertel kultureller Diversität auch in der Wahrnehmung der ansässigen Bevölkerung hinsichtlich der Bewertung der Migrantenökonomie widerspiegelt, wäre eine BewohnerInnenbefragung notwendig gewesen, die den Rahmen dieser Arbeit gesprengt hätte. Die Mitarbeiterinnen der lokalen Gebietsbetreuung stellen diesbezüglich nur fest, dass es unterschiedliche Perspektiven – wertschätzende als auch argwöhnische – innerhalb der Wohnbevölkerung auf die von MigrantInnen geprägte Unternehmensstruktur gibt.

Die Anziehungskraft auf Personen, die von anderen Stadtteilen Wiens zum Konsum ins Brunnenviertel kommen, führt ein türkischer Restaurantbetreiber aber nicht nur auf den Ruf des Viertels als „multikulturellen Hotspot“ zurück. Ebenso sei der Bekanntheit als Gastronomiestandort entscheidend. Das große und breite Angebot an gastronomischen Betrieben stellt gewissermaßen die Fortsetzung des „Heiligen Römischen Reiches größtes Wirtshaus“ (Klusacek/Stimmer 1983) dar.

Die Ottakringer Straße genießt ein eigenes Image. Zahlreiche Cafés, Restaurants und Clubs, welche von serbischen oder kroatischen InhaberInnen geführt werden, haben die Straße zur Balkanmeile getauft. Genau dieses Image war schließlich ausschlaggebend für die Standortwahl eines bosnisch-kroatischen Unternehmers für sein Kaffeehaus.

*„Ja gut, die Ottakringer Straße an sich, wegen dem Image, wegen der Balkanszene. Hat sich auch weiter entwickelt die letzten Jahre. Aber was ich jetzt weiß, besteht das schon seit 15 Jahren, da haben sich ein paar Jugo-Lokale hier angesiedelt. Und auch was die Gäste betrifft, haben wir 70% Gäste aus dem Balkan.“ (B10, Z 35-37)*

Als Nachteil für den Standort Brunnenviertel erachtet ein Restaurantbetreiber der Brunnengasse den schlechten Ruf der nahe gelegenen U-Bahn Station Josefstädterstraße, welcher Treffpunkt für Obdachlose ist und als Drogenumschlagplatz fungiert.

*„U6 ist verschrien, die Josefstädterstraße U-Bahn-Station mit den Obdachlosen und Drogen. Das ist aber glaub ich in Wien generell so, dass das immer mehr wird. Aber die U6 ist glaub ich schon sehr verschrien.“ (B8, Z 50)*

## Zwischenresümee

Für viele UnternehmerInnen stellt die seit Mitte der 2000er sprießende Lokalszene um den Yppenplatz einen der zentralsten lokalen Einflussfaktoren dar. Sie wird mit der Imageaufwertung des Viertels in Verbindung gebracht und – zumindest von den türkischen Restaurantbetreibern in der Brunnengasse – als positiver Frequenzbringer bewertet. Auch abseits der Szenelokale wird die Dichte an gastronomischen Betrieben weniger als Konkurrenz denn als Beitrag zur Profilierung als Gastronomiestandort aufgefasst. Die Agglomeration an türkischen Geschäften in der Brunnengasse und Neulerchenfelderstraße, die ein breites Angebot an spezifischen Bedürfnissen abdecken, führt zu einem erweiterten Einzugsgebiet türkischer Zuwanderer. Die zahlreichen serbisch, kroatisch oder bosnisch geführten Lokale machen die Ottakringer Straße gerade für Jugendliche der 2. und 3. Zuwanderergeneration dieser Herkunftsländer als nächtliche Ausgehstraße attraktiv. Abseits der Bilder des Stadtteils als „Türkenviertel“ oder „Balkanmeile“, die vor allem Personen der jeweiligen Herkunftsgruppe anziehen, hat das Brunnenviertel stadtweit durch das in den Medien transportierte Außenimage des „kulturellen Hotspots, der kulturellen Vielfalt“ an Attraktivität gewonnen. Durch den Rahmen dieses positiven Bildes wird auch die Migrant\*innenökonomie in neues Licht gerückt, wobei bisher wohl nur bestimmte Teilräume und Branchen von einer neuen Kundschaft profitieren. Andere Einflussfaktoren auf die zur Quellenstraße vergleichsweise höheren Anteile an österreichischen KundInnen in den von MigrantInnen geführten Geschäften sind womöglich die vielfältigen Interaktionsstrukturen und Akteursnetzwerke, die – wie in Kap. 9.1.3 dargestellt – das Brunnenviertel auszeichnen. Sie sorgen für ein offeneres soziales Klima innerhalb der Bewohnerschaft, welches förderlich in der Beseitigung von Hemmschwellen hinsichtlich der Nutzung der von MigrantInnen angebotenen Infrastruktur sein kann.

Die vorwiegend durch die Lokale geschaffene Lebendigkeit am Yppenplatz, die von den einen positiv gesehen wird, erachten andere wiederum als problematisch, da mittlerweile sogar Gäste ausbleiben würden, denen es dort schon zu lebhaft ist. Auch wird die Kommerzialisierung des Platzes vereinzelt kritisch betrachtet. Der Aufwertungsprozess mit dem einhergehenden Imagewandel, der das Stadtgebiet für viele neue NutzerInnen attraktiv machte, zieht ebenso andere negative Aspekte mit sich. Auch wenn viele UnternehmerInnen von Mieterhöhungen der Geschäftslokale bisher nicht betroffen sind, da sie sich meist in älteren bestehenden Mietverhältnissen befinden, werden sie zukünftig im Zusammenhang mit der zunehmenden Anzahl an auf wenige Jahre befristete Mietverträge diese stärker zu spüren bekommen. Eine der interviewten UnternehmerInnen sah sich durch einen um das Doppelte angehobenen Mietzins nach dem Auslaufen ihres Mietvertrages vor Kurzem zur Aufgabe ihres Lokales am Yppenplatz gezwungen.

Der positive Effekt der Agglomeration, wie oben erwähnt, wird zum Teil durch die Konkurrenz, die innerhalb derselben Branche herrscht, abgeschwächt. Während dies von den Gastronomen weniger als Problem aufgefasst wird, erachtet ein Friseur die zunehmende Anzahl an Friseuren – die jedoch nicht nur von türkischen UnternehmerInnen geführt werden – an der Ottakringer Straße als nachteilig für seine Geschäftstätigkeit. Diesbezüglich sieht er auch die Notwendigkeit eines Frequenzbringers. Von den Frequenzbringern, auf die sich die Geschäftsleute der Brunnengasse und des Yppenplatz beziehen, bekommt er offensichtlich wenig zu spüren. Als Konflikt zwischen verschiedenen Gruppen, mit der eine Standortabwertung in Verbindung gebracht wird, zeigt sich jener zwischen den UnternehmerInnen am Yppenplatz und einer Gruppe von Leuten am Rande der „Piazza“, die u.a. dadurch auf sich aufmerksam machen, dass sie Gästen in den Schanigärten der Lokale vom Teller essen. Die schlichte Anwesenheit bulgarischer und rumänischer Zuwanderer wird von manch anderen Gewerbetreibenden als nachteilig für den Standort bewertet.

Dass der Stadtteil in seinen verschiedenen Dimensionen Einflussfaktor – ob tatsächlich oder zumindest als solcher wahrgenommen – auf die Geschäftstätigkeit der UnternehmerInnen ist, wurde in den Interviews deutlich. Dabei zeigte sich, dass aber auch innerhalb des Brunnenviertels sehr starke räumliche Unterschiede – etwa zwischen Ottakringer Straße und Brunnengasse – bestehen.

### 9.2.3 Der Beitrag der Migrantenökonomie für die Stadtteilentwicklung

Anhand der aus dem wissenschaftlichen Diskurs herausgefilterten Aspekte wird auf Basis der eigenen Interviews mit UnternehmerInnen und lokalen ExpertInnen der Frage nachgegangen, welche Funktionen die Migrantenökonomie des Brunnenviertels für den Stadtteil übernimmt.

#### Arbeits- und Ausbildungsplätze

Bei den befragten Betrieben der Migrantenökonomie handelt es sich allesamt um Kleinst- und Kleinunternehmen sowie ArbeitgeberInnenbetriebe. Das *Kent*, als eines der etabliertesten Unternehmen im Brunnenviertel, stellt mit 30 MitarbeiterInnen im Restaurant und den beiden Kaffeehäusern von den interviewten Geschäftsleuten die meisten Arbeitsstellen im Brunnenviertel bereit. Darüber tritt der Betrieb durch die Filialen im 10. sowie im 15. Bezirk auch in anderen Stadtteilen Wiens als Arbeitgeber auf. Zum großen Teil werden die Angestellten aus der eigenen Familie oder aus dem Bekanntenkreis akquiriert. Einigen ehemals dort angestellten Familienmitgliedern diente das Lokal als Sprungbrett, um selbst in die Selbstständigkeit zu gehen.

*„Damals wie ich angefangen habe, war es zu 80% Familienbetrieb. Und jetzt haben sich auch viele davon selbstständig gemacht. Jetzt sind auch viele andere hier, aber auch meistens von Bekannten.“ (B8, Z 209-210)*

Die anderen Lokale haben zwischen sechs und zwölf MitarbeiterInnen. Diese stammen meist nicht aus der eigenen Familie, jedoch haben sie häufig denselben Herkunftshintergrund wie der Betreiber/die Betreiberin des Geschäftslokals. Die beiden Friseure stellen mit drei bzw. vier Angestellten die kleinsten Unternehmen dar.

Zum Zeitpunkt der Befragung war keines der Unternehmen ein Ausbilderbetrieb. Eine Friseurin, welche schon Lehrlinge ausgebildet hatte, würde heute keine mehr einstellen, da sie der Meinung ist, diese würden zu viele Vorzüge genießen und die „neue Generation“ wolle sowieso nicht mehr lernen (Gesprächsprotokoll B 11). Zwei anderen Unternehmern, einem türkischen Friseur und einem türkischen Restaurantbetreiber, die sich grundsätzlich nicht abgeneigt zeigen Lehrlinge aufzunehmen, bleibt dies aufgrund einer fehlenden fachspezifischen Meisterprüfung verwehrt. Für die Meisterprüfung müsste der Friseur eine Abendschule besuchen, was ihm aus Zeitmangel nicht möglich ist.

Eine wichtige Rolle der Migrantenökonomie in Bezug auf die Arbeitsplatzbereitstellung sieht die Gebietsbetreuung insbesondere in der Schaffung von Arbeitsplätzen für Neuzugewanderte oder Personen, die am Arbeitsmarkt etwa aufgrund von sprachlichen Barrieren schlechtere Chancen haben.

*„Und was man merkt auch, wenn man so durchgeht, dass sie einfach für die Familienmitglieder Jobs bereit stellen, dass sie Lehrlinge ausbilden, einfach Jobangebote auch bieten. Die sonst vielleicht am Arbeitsmarkt keinen Job finden würden. Weil es doch noch eine Generation gibt, die nicht so gut deutsch kann. Weil das Österreich erst so spät erkannt hat, dass sie da auch Angebot setzen müssen.“ (E3, GB\*16, Z 250-252)*

Die Ermöglichung der Teilhabe am Erwerbsleben stellt schließlich eine wichtige Voraussetzung zur gesellschaftlichen Integration dar.

#### Erhalt lokale Wirtschaftsstruktur & Nahversorgung

Die Erdgeschosszone im Brunnenviertel ist augenscheinlich sehr stark durch die von MigrantInnen geführten Unternehmen geprägt. Während im Brunnenviertel in etwa 37% der Erdgeschossgeschäftslokale der Migrantenökonomie zugerechnet werden (vgl. Rhode et.al. 2010: 93), ist dieser Anteil in einzelnen Straßenzügen wie der Ottakringer Straße oder der Brunnengasse bedeutend höher (siehe Kap. 9.1.2). Die vor allem in der Brunnengasse starke Konzentration türkisch geführter Betriebe, wird nicht selten auf das gute Netzwerk türkischer Geschäftsleute zurückgeführt, welches den Einstieg in die Selbstständigkeit erleichtert.

*„Und Zuwanderer haben diese Geschäfte (traditionell österreichische Geschäfte, C.A.) übernommen und dass die türkische Community – das sind keine homogene Gruppe – aber dass die ein sehr gutes Netzwerk haben und dass die diese Geschäfte übernehmen und ihr Business aufnehmen. Die sind da recht stark.“ (E3, GB\*16, Z 73-75)*

MigrantInnen haben im Brunnenviertel oftmals frei werdende Geschäftslokale übernommen, welche vormals von autochthon österreichischen Geschäftsleuten betrieben wurden. Den Strukturwandel beschreibt auch ein schon lang ansässiger türkischer Gewerbetreibener in der Brunnengasse. Was schon früher durch den Cluster an

österreichischen Wirtshäusern als Gastronomiestandort galt, findet heute durch die vielen türkischen Lokale seine Fortsetzung.

*„Hier und da kommen auch ältere Österreicher, die mir auch erzählen, weil es mich auch interessiert, wie es damals am Brunnenmarkt war. Österreichischer Wirtshäuser. Die haben damals auch am Sonntag nie offen gehabt, am Samstag nur bis Mittag. Wenn der Markt zugesperrt hat, haben die auch zugemacht. Sind von einem Wirtshaus zum anderen gegangen. Wir waren auch damals ein Wirtshaus. Und da an der Ecke, wo unser Kaffeehaus ist, war damals auch ein Wirtshaus. Gegenüber von uns war ein österreichischer Fleischbauer, der hat jetzt auch schon zugesperrt. Die kleinen Geschäfte sperren halt leider immer mehr zu. Wegen die große, Billa usw.“ (B8, Z 266-271)*

Nicht immer bedeutet der Einzug der Migrantenökonomie in leer werdende Geschäftslokale oder aufgegebene Marktstände eine Nutzungsänderung. Am Brunnenmarkt beispielsweise wird ein ehemals traditionell österreichischer Käsestand nun von einem türkischstämmigen Unternehmer weiter geführt.

*„Aber es hat so traditionelle Käsestände gegeben und die sind weiter geführt worden von türkischen Zuwanderern. Haben früher Österreicher gehabt und die haben an türkische Zuwanderer übergeben.“ (E3, GB\*16, Z 89-90)*

Neben dem Kunstprojekt SOHO in Ottakring, welches gezielt Leerstände bespielte und damit auch die Erdgeschosszone wieder attraktiver für neue Nutzungen machte, haben die von MigrantInnen geführten Betriebe erheblich dazu beigetragen, dass Leerstand im Brunnenviertel – außer in der Neulerchenfelderstraße – zu keinem Problem wurde.

*„Der Grund, dass die Ula Schneider Ende der 90er Jahre SOHO ins Leben gerufen hat, war weil es so viel Leerstand gab. Und so hat sie dieses zweimöchige Kunstprojekt gemacht und da hat sich schon etwas verändert. Es gibt schon noch Leerstand, aber da hat sich vieles verändert. (...) Also, wenn man so durchgeht, sag ich jetzt als Gebietsbetreuung, es ist so minimal, dass man nicht das Gefühl hat, man muss da jetzt aktiv werden.“ (E3, GB\*16, Z 98-100; 102)*

*„Ja, bis auf die Neulerchenfelder Straße haben wir nicht mit massenhaft Leerstand mehr zu kämpfen, dank der Zuwanderung.“ (E3, GB\*16, Z 462)*

Obwohl die MitarbeiterInnen der Gebietsbetreuung einen weiten Einzugsbereich vor allem bei Personen türkischer Herkunft annehmen, sehen sie eine wesentliche Funktion der Migrantenökonomie ebenso in der Nahversorgung der Wohnbevölkerung, gleich welcher Herkunft. Ihr Angebot schafft dabei eine Alternative zu großen Supermarktketten.

*„Nahversorgung. Also, die Restaurants, der Bäcker, der rund um die Uhr offen hat, und auch am Wochenende, also sieben Tage in der Woche (...) Wenn man sich vorstellt, dass die Zuwanderer die Erdgeschosslokale damals im Wirtschaftswandel nicht übernommen hätten, würde das alles leer stehen. Wir wären ausschließlich von Hofer, Billa und Co versorgt. Ja, die bieten schon Vielfalt, auch im Stadtteil. Aufwertung.“ (E3, GB\*16, Z 144-147)*

## Qualität und Diversität

Wenn auch in den jeweiligen Straßenzügen manche Branchen innerhalb der Migrantenökonomie dominieren – wie die Gastronomie in der Ottakringer Straße oder der Lebensmittelhandel in der Brunnengasse – deckt sie insgesamt im Viertel ein sehr breites Branchenspektrum ab.

*„Also, die migrantische türkische Ökonomie, es gibt eigentlich alles. Man kann zum Friseur, also Männer, Frauen und Kinder sind ja getrennt. Es gibt sehr sehr viele Friseure, weil – wie ich gelernt habe – dass ja türkische Männer regelmäßig zum Bart schneiden und Friseur und Kopfwäsche gehen. Ich glaube, die sind sehr gut besucht. Also, da vorne in der Ottakringer Straße, da ist immer was los. Ja, wie gesagt, es gibt die Textilien. Es gibt Kleidergeschäfte, Stoffgeschäfte, Möbelgeschäfte. Es gibt da weiter drüber, im ehemaligen Möbelviertel, das früher Designer Möbel – mir fällt es jetzt gerade nicht mehr ein, es war so was wie Tausch im 9. Bezirk – gabs hier auch so ein Design Möbel Geschäft. Das haben auch türkische Zuwanderer übernommen.“ (E3, GB\*16, Z 168-173)*

Abseits der eher „klassischen“ Bereiche der Migrantenökonomie gibt es so manche, die sich in bestimmten Marktnischen selbstständig gemacht haben, wie etwa der schon lange in der Ottakringer Straße ansässige serbische Betreiber eines auf Fußball spezialisierten Sportartikelgeschäftes, der mit seinen Produkten verschiedene Fußballmannschaften ausstattet.<sup>90</sup> Auch ein auf Baumaterialien und Werkzeuge spezialisierter serbischer Unternehmer hat vor Kurzem auf der Ottakringer Straße ein gut sortiertes Geschäftslokal eröffnet, welches einen wichtigen Beitrag zur Branchendiversität der Straße liefert.

---

<sup>90</sup> Auch *Der Standard* berichtete über den erfolgreichen Unternehmer: <http://derstandard.at/1231152197180/Kick-it-like-Radovan>

Je nach Branche und Angebot der von MigrantInnen geführten Unternehmen gibt es Unterschiede in den Nachfragestrukturen. Mit einem Teil des Angebots, wie etwa mit islamisch geprägten Mode- oder Braukleidergeschäften, wird vor allem spezifischen Bedürfnissen hinsichtlich Herkunft, Religion oder Kultur definierter Gruppen nachgegangen.

*„Zum Beispiel gibts ja auch etliche Brautmodengeschäfte, z.B. in der Thaliastraße. Und ich glaube, die sind wirklich ganz klar für Türken, weil die einfach (...) weil die Nachfrage ist halt genau nach diesen speziellen – ich denke da gibts ja verschiedene Abläufe, Rituale – Zubehör, alles was dazu gehört, das bekommt man da. Und das ist glaub ich schon genau darauf ausgerichtet.“ (E4, GB\*16, Z 234-236)*

Dass die durch MigrantInnen bereit gestellten Dienstleistungen nicht nur von der eigenen Herkunftsgruppe in Anspruch genommen werden, zeigt sich in der KundInnenstruktur der beiden befragten Friseure, die sich zu einem Drittel bzw. zur Hälfte aus ÖsterreicherInnen zusammensetzt. Weniger Durchmischung der Gäste findet sich hingegen in einem bosnisch-kroatischen Kaffeehaus, welches – wohl auch durch die am Wochenende gebotene „Volksmusik aus dem jugoslawischen Raum“ (B10, Z 30) – vorwiegend Treffpunkt für Personen mit jugoslawischen Wurzeln ist.

Viele Geschäfte, wie Textil- und Haushaltsgeschäfte, richten sich an ein – hinsichtlich ihrer Herkunft oder Kultur – allgemeines, meist kaufkraftschwächeres Publikum.

*„Es ist so unterschiedlich. Also, in Stoffgeschäften habe ich selber schon eingekauft, wenn wir für ein Projekt etwas gebraucht haben. Ja, es gibt diese Geschirrgeschäfte, da besorgen wir auch immer wieder was. Oder privat habe ich auch schon eine Kuchenform dort gekauft. Also, da denke ich, es gibt schon immer wieder welche, die gemischer sind. Je nach Angebot, welches sie stellen.“ (E3, GB\*16, Z 229-232)*

Bereiche, in denen zwar ethnisch konnotierte Güter angeboten werden, diese aber genauso von autochthonen ÖsterreicherInnen nachgefragt werden, sind primär die Gastronomie und der Lebensmittelhandel. Die große Nachfrage des türkischen gastronomischen Angebots durch ÖsterreicherInnen wurde in den Interviews mit den türkischen Restaurantbetreibern bestätigt, deren KundInnen sich zu mehr als der Hälfte aus ÖsterreicherInnen zusammensetzen. Kulinarisch scheinen sich „Geschmäcker“ unterschiedlicher Bevölkerungsgruppen eher zu überlagern als es in anderen Bereichen der Fall ist. In Gesamtschau zeichnet sich das Brunnenviertel dadurch aus, dass für die unterschiedlichsten Bevölkerungsgruppen Angebotsstrukturen vorhanden sind. Trotz des vielfältigen Angebots wird es dennoch von manchen als zu einseitig wahrgenommen, wie eine Mitarbeiterin der Gebietsbetreuung feststellt.

*„Man kann eigentlich alles hier kaufen im Viertel. Aber es ist halt doch eher begrenzt auf türkische Zuwanderer, was einfach auch den Geschmack anbelangt. Überschneidungen gibts bei Lebensmittel und Restaurants, wie beim Kent, da geht jeder hin. Jung, alt, wurscht welcher Hintergrund. Manche sind halt wirklich auch die eigene Gruppe ausgerichtet. Wo sich dann halt manche, sich Bewohner dann auch mit dem Viertel weniger identifizieren können und sich verdrängt fühlen aus dem öffentlichen Raum. "Weil es gibt nur Kebap hier". Das kommt auch von Leuten, sag ich mal, die schon auch einen gewissen Bildungshintergrund haben und weltoffen sind und sich sogar als Weltbürger bezeichnen, die sich daran stoßen. Dann im eigenen Wohnviertel, dass ihnen das zu einseitig ist. Es braucht schon eine gute Mischung, wünschen sich mehr. Andererseits gibt es diese Cluster. Andererseits gibt es eigentlich für alle ein Angebot. Also, die bio haben wollen, haben am Wochenende den Bauernmarkt. Und auch von der Gastronomie.“ (E3, GB\*16, Z 173-181)*

Die im obigen Zitat wiedergegebene Kritik, dass es nur noch Kebap gäbe, kommt nicht nur von ÖsterreicherInnen. Auch ein türkischer Restaurantbetreiber äußert sich diesbezüglich.

*„Thaliastraße ist (...) nicht wirklich gut. Was mir an der Thaliastraße nicht gefällt, ist, dass immer mehr so Kebapgeschäfte gibt. Kebap und Pizze. Das werden immer mehr. Es gibt in einem Häuserblock drei nebeneinander.“ (B8, Z 273-275)*

Gerade in letzter Zeit wurde von migrantischen UnternehmerInnen der Versuch unternommen, durch das Angebot oder die Art der Präsentation eine breitere Käuferschicht anzusprechen, wie die Mitarbeiterin der Gebietsbetreuung beobachtet. Diese Öffnung hin zu einem breiteren Markt wird auch mit der jüngeren Generation in Verbindung gebracht.

*„Das erste, was mir auffällt – weniger von der Struktur – es ist vom qualitativen Angebot, also wie sich die migrantische Ökonomie jetzt präsentiert (...) also es ist mehr Design dahinter. Ich denke, das spricht auch dafür, dass sie versuchen, sich auch einer anderen Käuferschicht zu öffnen. Weil wir haben hier, in der Neulerchenfelderstraße z.B. das Akagündiz, Elektronik Akagündiz. Da kaufen alle ein. Und auch sonstige Geschäfte in der Ottakringer Straße, also die vom Styling her versuchen – also denk ich mal versuchen – eine andere Käuferschicht anzusprechen, also alle.“ (E3, GB\*16, Z 41-45)*

*„Genau in der Ottakringer Straße hat vor einem halben, dreiviertel Jahr ein Brautmodengeschäft eröffnet. Und das ist inszeniert, also mit riesigen Kristallustern (Lachen), es ist schon vom Design modern und es kommt schön langsam die Generation, wo es auch für andere wieder*

*interessant ist. Weil ich meine, Maturaball gibt es nach wie vor und da braucht man vielleicht ein Abendkleid und das kriegt man da um 100 € und – ok, von der Stoffqualität her, ist wahrscheinlich 100% Polyester – aber was mal einmal anzieht. Die Schnitte sind nicht so schlecht. Ich meine, vielleicht eröffnet es sich da eh schon. Aber ich habe wie gesagt, wir haben das nicht untersucht. Im Generationenwechsel merkt man einfach, dass sie sich schon mehr auch öffnen.“ (E3, GB\*16, Z 238-243)*

Auf der anderen Seite stellt sie aber ebenso fest, dass die stärker an der „türkischen Community“ orientierten Geschäfte zugenommen haben und diese, vor dem Hintergrund einer abnehmenden türkischen Wohnbevölkerung, wohl einen breiteren Einzugsbereich bedienen würden.

*„Und zum anderen ist halt schon das Brunnenviertel, also die türkischen Geschäfte, die haben noch mehr zugenommen, seit ich da bin. Noch mehr Vorhangsgeschäfte, Teppichgeschäfte, die aber sehr auf die türkische Community abzielen. Ich meine, ja, vielleicht so zum Scherz oder für irgendein Projekt, dass man mal einen Vorhang oder Teppich dort kauft. Und das ist uns auch aufgefallen bei der Untersuchung: so wie die türkische Ökonomie hier sichtbar ist, das stimmt eigentlich überhaupt nicht überein mit dem, wer anwesend ist im Viertel. Da gibts eine Diskrepanz. Weil ganz im Gegenteil, die türkische Bevölkerung hat eher abgenommen hier im Viertel, die sind in die Gemeindebauten gezogen. Was halt vermuten lässt, dass die Läden für einen größeren Einzugsbereich sind. Also, dass die ganz Wien versorgen.“ (E3, GB\*16, Z 45-51)*

Abseits des Herkunftshintergrundes der GeschäftsbetreiberInnen haben die unter dem Begriff Migrantenökonomie zusammengefassten Unternehmen nach Funktion und Angebot im Brunnenviertel sehr unterschiedlichen Charakter. Differenziert zu betrachten sind etwa die MarktstandbetreiberInnen, die eine besondere Rolle einnehmen: einerseits, da gerade dieser Bereich für viele ÖsterreicherInnen keine Option der Selbstständigkeit mehr darstellte und die Versorgung durch Märkte damit im Wesentlichen von Zuwanderern aufrecht erhalten wird, wie die hohen Anteile an migrantischen MarktstandbetreiberInnen zeigen. Andererseits bieten aufgrund geringerer Einstiegshürden Märkte mehr als andere Sparten Neuzuwanderern die Gelegenheit in der Selbstständigkeit Fuß zu fassen, wie in Kap. 7.2 erläutert. Davon zu unterscheiden sind jene GeschäftslokalbetreiberInnen, die vorwiegend an einem bestimmten „ethnischen Markt“ ausgerichtet sind. Schließlich ist ein großer Teil der Migrantenökonomie aber auch jenem Typ zuzuordnen, der durch das Angebot und die Art der Präsentation ein durchmisches Publikum bedient. Ergänzend zur unten zitierten Auffassung einer Mitarbeiterin der Gebietsbetreuung, lässt sich davon ein vierter „Typ“ abgrenzen: jene UnternehmerInnen mit Migrationshintergrund, die sich in einer bestimmten Szene selbstständig gemacht haben und vorwiegend entsprechende Lebensstiltypen anziehen. Zu jenen sind etwa das Lokal ANDO oder auch jenes der interviewten Kroatian am Yppenplatz, die mit ihrem Angebot besonders Vegetarier und Veganer anspricht, zu rechnen.

*„Was mir noch zur migrantischen Ökonomie jetzt einfällt, dass es so unterschiedliche, wie sagt man, Qualitäten gibt. Denn auf der einen Seite sind die Marktstände, die sag ich mal, auch ungelerten Leuten die Möglichkeit bieten, die Familie zu versorgen. Die andere beschäftigen können, die vielleicht gerade in der Stadt ankommen für Ausbildungsdienste. Dann die, die die eigene Community versorgen, wie schon die angesprochenen Teppichgeschäfte oder Brautmoden. Und dann gibts aber, wie das Ando oder den türkischen Bäcker. Ando ist gekommen – der hat ja schon am Naschmarkt seine Lokale – und wie er gemerkt hat, dass hier etwas passiert im Viertel ist er gekommen und hat das Ando geöffnet. Dass es da einen Aufwertungsprozess, eine Veränderung gibt. Es gibt so unterschiedliche. Je nachdem, woher sie auch kommen aus ihren Herkunftsländern. Ich meine, ich nehme mal an, der vom Ando kommt aus Istanbul, eher aus der urbanen Gesellschaft, aus der gebildeteren. Sie sind auch nicht homogen, die migrantischen Gruppen.“ (E3, GB\*16, Z 382-390)*

Die Migrantenökonomie trägt nicht nur zur Diversität im Angebot von Produkten und Dienstleistungen im Stadtteil bei, sondern sticht zum Teil auch durch ihre besonderen Serviceleistungen hervor, durch welche sie sich von großen Handelsketten unterscheiden.

*„Und was, also noch mal zurück zum Aka Gündüz, dieses Elektrogeschäft, wo die einfach punkten – das ist ein Familienbetrieb – ist Service. Weil wenn ich zum Mediamarkt gehe und ich kaufe eine Waschmaschine, dann muss ich mich um alles mögliche selber kümmern. Und die sagen, die liefern das um 16.00 Uhr, die Waschmaschine wird angeschlossen. Also, da gibt einfach noch das Service, was schon ein bisschen bei uns jetzt durch die alleingesessenen Geschäftsleute, die geschlossen haben, verloren gegangen ist. Und hin zu diesen großen Ketten. Und wo auch wieder auf Beratung gesetzt wird, wo auch einfach wieder mehr Kompetenz da ist, weil mir kommt vor in diesen Mediamärkten hat ja keiner mehr eine Ahnung von Waschmaschinen. Und das stellen die Migranten bereit oder die haben hier die Nische entdeckt. Das ist aufgegeben worden von den Alleingesessenen und sie haben das aufgegriffen.“ (E3, GB\*16, Z 243-249)*

Auch auf die Qualität des Essens und Gastfreundschaft wird besonders viel Wert gelegt, wie ein türkischer Restaurantbetreiber beschreibt.

*„Für uns ist sehr wichtig Qualität. Wir haben z.B. kein Fertigkebab, wir machen das selber. Das ist uns sehr wichtig. Wir kaufen das Kalbfleisch und machen es selber. Das wissen aber nicht viele. (...) Gastfreundschaft. Das frische Essen. Es bleibt eh fast nie was über. Was über bleibt, kommt in den Mist. Meistens ist um 17.00, 18.00, 19.00 Uhr aus Kebab bei uns und dann gibts keins mehr. Wenn man es wieder frisch macht, das bleibt dann über und dann müssen sie es wegschmeißen. Und am nächsten Tag wieder ein neues machen. Deswegen, wenn es aus ist, ist es aus. Am nächsten Tag wird alles frisch gemacht.“ (B8, Z 175; 179-183)*

Dennoch merkt er auch kritisch an – ohne sich davon auszunehmen – dass die Vielfältigkeit der türkischen Küche in den türkischen Restaurants in Österreich nicht Einzug gehalten hat.

*„Was z.B. auch bei uns ist, in Österreich, jedes türkische Restaurant hat die gleichen Speisen. Kebap, Grillspezialitäten, Spieße, Lammkotlette, gefüllte Melanzani usw. Aber in der Türkei gibt es so viele Speisen, so vielfältig. Eigentlich gibt es viel mehr. Aber jeder macht das gleiche.“ (B8, Z 284-286)*

Bemängelt in Bezug auf Diversität wird – seitens der Gebietsbetreuung – das Gemüseangebot am Brunnenmarkt, welches überwiegend von einem Großlieferanten stammt.

*„Und das Warenangebot, das hat man bis heute nicht in den Griff, dass es mehr Vielfalt gibt im Angebot. Das hat damit zu tun, dass es einen Lieferanten gibt vom Großgrünmarkt, der alle Stände beliefert. Gibts die einheitlich verseuchten Kohlrabi (Lachen). Nein, das ist jetzt übertrieben. Die Gebietsbetreuung, also die Melin Tunc, die früher Marktmanagerin war, mit türkischen Wurzeln, die hat sehr daran gearbeitet. Aber es ist ihr eben nicht gelungen aufgrund dieser Struktur des Großlieferanten.“ (E3, GB\*16, Z 127-131)*

### **Treffpunkte**

Einen ehemals bedeutenden Treffpunkt, zum einen für TürkInnen, zum anderen für Taxifahrer, stellte ein türkisches Restaurant dar.

*„Und damals, 1990, hat es zu Hause kein türkisches Fernsehen gegeben. Wir haben nur türkisches Fernsehen empfangen, eine riesengroße Satellitenschüssel gehabt. Türken sind auch sehr Fußball begeistert. Das war damals Fußball. Jetzt kann jeder sich das schon zu Hause anschauen. Damals war sehr sehr viel los, wenn Fußball war. Da sind die Leute sogar draußen gestanden, im Winter, von den Fenstern rein geschaut, damit sie das Match mitverfolgen können. Wir haben damals 24 Stunden offen gehabt. Und waren damals ein Treffpunkt für sehr sehr viele Taxifahrer in Wien. Die sind hierher gekommen essen, dann haben sie ein bisschen Karten gespielt, dann sind sie weiter gefahren. Das war aber damals. Damals haben am Sonntag und Feiertagen viele Lokale zugehabt. Jetzt gibts überall in Wien Restaurants, die bis 2.00 oder 3.00 Uhr in der Nacht offen haben, überall Kebapstand, Mc Donald. Die Zeit verändert sich.“ (B8, Z 81-88)*

Aber auch heute sind viele der von MigrantInnen als Kleinunternehmen geführten Geschäfte zumindest Orte zufälliger sozialer Begegnungen. Gerade durch die vielen Kaffeehäuser, Bars oder Restaurants im Brunnenviertel werden Möglichkeiten des Zusammentreffens geschaffen. Sie sind, wie Nuissl/Schmiz (vgl. 2013: 183) es ausdrücken, „Kulminationspunkte nachbarschaftlicher Kontakte“. Vor allem über die regelmäßig wiederkehrenden Stammgäste werden nachbarschaftliche Netze aufgespannt.

*„Ist ja auch ein Treffpunkt für Geschäftsleute, Freunde, wie auch immer. Verschiedene Gruppierungen, unsere Stammgäste, die tagtäglich die Zeit hier verbringen. Das ist so der Hauptteil.“ (B10, Z 199-200)*

### **Brückenbildner**

In ihrer Funktion als Treffpunkt für bestimmte Herkunftsgruppen fungieren solche Lokale als Anknüpfungspunkte für Neuzugewanderte, die sich in ihrer neuen Umgebung erst orientieren müssen und dort Kontakte knüpfen sowie Informationen einholen können. Wenn auch nicht auf ihren eigenen Herkunftshintergrund, sondern den ihrer Köche zurück zu führen, ist die kroatische Betreiberin eines indischen Lokals Anlaufstelle für die am Brunnenmarkt arbeitenden Sikhs, die häufig zu ihr zum Essen kommen und sich mit den indischen Köchen unterhalten. Haben sie nicht genug Geld dabei, gibt sie ihnen das Essen auch billiger oder gratis (Gesprächsprotokoll B12).

Durch das in den Interviews immer wieder erwähnte „gemischte“ Publikum wird deutlich, dass schließlich auch zwischen verschiedenen Bevölkerungsgruppen Berührungspunkte ermöglicht werden. Auch wenn mitunter kein direkter Austausch unter den Gästen stattfindet, stellen die von unterschiedlichen Herkunftsgruppen besuchten Geschäftslokale – vom Kaffeehaus bis hin zum Friseur – Orte dar, in denen ethnische Barrieren schon alleine durch den beiläufigen Kontakt, durch die Akzeptanz des Anderen überwunden werden können.

### **Engagement für den Stadtteil**

Die wenigsten der befragten UnternehmerInnen kennen die Gebietsbetreuung oder hatten mit ihr zu tun. Lediglich ein türkischer Friseur erzählt davon, dass er als „Reiseführer“ des von der Gebietsbetreuung ins Leben gerufene „Reisebüros Ottakring“ tätig war. Auch für die Zukunft würde er sich solche Aktivitäten wünschen und bekundet seine Bereitschaft daran teilzunehmen.

Sehr engagiert zeigt er sich durch seine Arbeit in einem Heim für behinderte Kinder in der Ottakringer Straße. Jeden Monat geht er an seinen freien Tagen oder sonntags mit seinen MitarbeiterInnen dorthin, um den Kindern gratis oder gegen Spenden die Haare zu schneiden. Wie er dazu gekommen ist, beschreibt er folgendermaßen:

*„Ich habe einen Kunden gehabt von dort. Hin und her, wollen wir reden. Hat mich gefragt, "können Sie behinderte Kinder Haare schneiden?". Ja, warum nicht. Die waren schon da. Ich habe schon geschnitten ersten, zweiten, dritten (...) Ich habe mir gedacht, "warum kommen die da hier? Warum gehen wir nicht dort hin?". Was ich Mitarbeiter habe, das sind auch wirklich reine Typen. Ich habe mit denen geredet, können sie mir im Monat einen Sonntag rausschmeißen. Sagen die "warum?". "Naja", sag ich, "wegen den Kindern." Die sagen, "ja sicher, gemma dorthin, wo sind die?" Ich habe mit den Leuten ausgemacht. Also, so sind wir drauf gekommen. Seit dem, wenn nicht jeden Monat, jeden zweiten Monat gehen wir sicher. Also, einen Sonntag rausschmeißen. Und da gehen wir – mindestens 20, 25 Kinder haben wir – drei oder vier Personen, zack zack, zwei Stunden, drei Stunden, fertig sind wir. Das sind wir schon zufrieden.“ (B9, Z 219-226)*

Die Teilnahme an Festen oder Aktivitäten im Zuge von Sportereignissen hebt hingegen der Geschäftsführer des bosnisch-kroatischen Lokals als Engagement für den Stadtteil hervor und verweist auf die gute Zusammenarbeit mit Behörden, wie etwa bei der Fußball Weltmeisterschaft, während der sich die Ottakringer Straße als Fan- und Feierzone präsentierte.

*„Was wir wiederum machen ist (...) Sportevents. Sei es jetzt Kroatien spielt gegen eine andere Mannschaft. Letztens bei der Weltmeisterschaft. Dann arbeiten wir hauptsächlich auch mit der örtlichen Polizei zusammen, damit es nicht zu Ausschreitungen kommt. Wir selber wollen das ja auch nicht. Denn wer hat das schon gerne, dass irgendwelche Jugendliche, die mit Feuerwerken auf die Autos werfen. Wir machen das selber. Nach dem Match gehen wir da raus. Haben wir sogar ein Lob bekommen letztens vom Inspektor. Der Chef persönlich, ich sogar und noch ein Mitarbeiter sind raus gegangen und haben die ganzen Bierdosen und was weiß ich eingesammelt, aufgegeben. Alles. Halbe Stunde danach kommt dann die MA 48 mit der kompletten Straßenreinigungstruppe, mit sieben Leuten und putzen alles. Hut ab. So organisiert ist das. Da kommen wir zu dem Punkt, wie alles gut organisiert ist.“ (B10, Z 224-231)*

Auch wird von mehreren UnternehmerInnen die Teilnahme an einem bzw. das Interesse für ein Straßenfest erwähnt. Dabei wird die Erwartungshaltung zum Ausdruck gebracht, dass die entsprechende Initiative von außen – vom Bezirk oder der Stadt – kommen müsse.

*„Ja, es war letztes Mal, das Bezirksfest, Straßenfest. Da haben wir mitgemacht. Da haben wir vom Lokal zwei Stände gehabt. Einen Weinstand und einen Grillstand mit Käsekrainer, etc. Wir sind offen für alles. Wir möchte gerne mitmachen bei allen Events, die geboten werden. Nur leider wird wenig gemacht.“ (B10, Z 96-98)*

*„Da wäre z.B. so ein Fest, Ottakringer Straßenfest. Das wäre schön, da würde ich mitmachen. Wenigstens einen Tag feiern. Das finde ich gut. Warum nicht.“ (B9, Z 119-120)*

Ebenso wird für gestalterische Maßnahmen in der Ottakringer Straße, wie eine Weihnachtsbeleuchtung, Interesse gezeigt. Diesbezüglich hat sich ein Unternehmer schon mit anderen Geschäftsleuten der Umgebung ausgetauscht.

*„Wir sind auch für eine Straßenbeleuchtung in der Weihnachtszeit für die Ottakringer Straße. Wir geben auch gerne einen Anteil von uns. Wir würden auch was dazu leisten, ist auch kein Problem. Wir haben auch mit den anderen Konkurrenten, wenn ich das so sagen darf, mit den anderen Lokalen gesprochen. Die wären auch alle dafür. Ist ja schön, wenn es beleuchtet ist.“ (B10, Z 102-105)*

Bemängelt wird dabei die fehlende Initiative oder Bereitschaft von städtischer Seite.

*„Ja, wir möchten auch mitarbeiten. Auch mit anderen Geschäften. Wir wären auch bei dieser Straßenbeleuchtung dabei. Für einen Punschstand, für halt generell dieses Feeling. Schade, dass es nicht durchgeführt wird. Und wir würden auch etwas dafür beisteuern. Es muss ja auch nicht sein, dass es von der Stadt alleine finanziert wird. Wir würden die Kosten ja selber übernehmen, mit allen auf der Straße. Da bin ich mir so ziemlich sicher. Wenn da alle mitmachen, und uns das selber finanzieren. Weil wenn man sich die anderen Straßen anschaut (...) warum nicht hier? Aber wird schon sein, dass es einen Grund hat.“ (B10, Z 219-223)*

Während viele der Kaufleute, die sich bisher wenig an Initiativen im Stadtteil beteiligt haben, dennoch Interesse dafür bekunden, ist dies hingegen einer serbischen Unternehmerin, die neben ihrem Kosmetiksalon noch ein Café betreibt, kein Anliegen, da sie angesichts ihrer 70 Stunden Woche dafür gar keine Zeit hätte. Auch die Gebietsbetreuung ist sich dessen bewusst, dass der zeitlich intensive Arbeitseinsatz als selbstständige/r UnternehmerIn es schwierig macht, darüber hinaus Engagement für andere Sachen aufzubringen.

*„Und wenn wir einen der Etabliertesten hier in der Straße gesagt haben, er möge sich doch engagieren und mit uns zusammen arbeiten, der Sport Rado, der hat gesagt, er hat einfach nicht die Zeit. Weil er arbeitet 15 Stunden am Tag und auch am Wochenende. Sich da noch für den Stadtteil engagieren, das ist einfach nicht drinnen. Und so gebts vielen hier in der Straße. Weil sie wirklich einfach ganz hart arbeiten müssen, um Erfolg zu haben. Die einen mehr oder weniger. Und das muss man auch sehen. Er sagt, er arbeitet jetzt seit 15 Jahren so intensiv, und er ist wirklich ein Etablierter. Er stattet diverse Fußballmannschaften aus in Österreich und auch die Nationalmannschaft. Aber, das muss mal einmal sehen, der hat 15 Jahre hart daran gearbeitet. Und er kann auch nicht locker lassen. Und irgendwo, er hat den Kopf auch gar nicht.“ (E3, GB\*16, Z 309-316)*

## Image

Für eine tiefgehende Analyse, inwieweit die Migrantenökonomie im Brunnenviertel das Image des Stadtteils in der Außenperspektive beeinflusst, ist eine umfassende Diskursanalyse notwendig, welche jedoch im zeitlichen und inhaltlichen Rahmen dieser Arbeit nicht möglich war. Dennoch lassen sich diesbezüglich, sowohl auf Basis der von Rhode et.al. (2010)<sup>91</sup> und Bartik et.al. (2009) durchgeführten Diskursanalysen zum Image des Brunnenviertels als auch der eigenen inhaltsanalytischen Auswertung von Zeitungsartikeln, einige Aussagen treffen.

Das durch Zuwanderung geprägte Brunnenviertel erfuhr im letzten Jahrzehnt einen Imagewandel von einem negativ konnotierten Ausländerbezirk zu einem Trendbezirk mit multikulturellem Flair (vgl. Rhode et.al. 2010: 118). Sehr viel zu diesem Imagewandel haben die KünstlerInnenszene und Projekte wie SOHO in Ottakring beigetragen. Träger des Bildes des multikulturellen Charmes, auf welchen in Zeitungsartikeln immer wieder Bezug genommen wird, sind jedoch MigrantInnen und die von ihnen betriebene Geschäftsinfrastruktur (siehe Kap. 9.1.5). Der besondere Reiz des „bunten“ Brunnenviertels wird dabei im Nebeneinander der sowohl künstlerisch als auch „migrantisch“ geprägten Infrastruktur gesehen.

MigrantInnen und deren ökonomische Aktivitäten sind im Brunnenviertel mittlerweile Teil von Verwertungs- und Vermarktungsstrategien: während JP-Immobilien den Stadtteil mit dem Bild des „kulturellen Schmelztiegels Wiens“ anpreist, wirbt Wien Tourismus, die Stadtmarketing Agentur Wiens, mit dem „südländischen Flair“ des Brunnenmarktes. Zugleich wird mit Bezug auf das türkische Restaurant Kent die gelebte Multikulturalität im Stadtteil vermittelt: „Ein Klassiker ist das Restaurant Kent, dessen türkische Hausmannskost und riesiger Gastgarten Karten spielende Türken ebenso anziehen wie junge Szenemenschen“ lautet es auf deren Website (Wien Tourismus. O.A.).

Auch in den Printmedien werden die erfolgreichen Leistungen einzelner migrantischer UnternehmerInnen des Brunnenviertels porträtiert. Das Sportgeschäft von Tomas Radovan auf der Ottakringer Straße wird dabei als gute Alternative zu großen Handelsketten vorgestellt: „Hervis, Interport Eybl, Sport 2000 & Co.: Österreichs Sportartikelhandel wird von den Großen dominiert. Ein Geschäft, das sich gegen die umsatzstarken Ketten zur Wehr zu setzen weiß, ist Rado Sport in Wien Ottakring“ (Der Standard 26.1.2009). Auf der anderen Seite werden andere UnternehmerInnen, wie die „Pioniere des Szenetreffs“, mit welchem die Besitzer des AN-DOs bezeichnet werden, nicht nur in positives Licht gesetzt: „Das An-Do der Gebrüder Kilicdagi hat den Yppenplatz belebt. So sehr, dass mit dem Zustrom von zahlungskräftigem Publikum auch die Preise in der Region um den Brunnenmarkt stiegen“ (Die Presse, 31.8.2010)

Sowie das Image der Brunnengasse v.a. auf den türkisch dominierten Brunnenmarkt und die türkisch geprägte Erdgeschosszone basiert, ist das Image der Ottakringer Straße als Balkanmeile im Wesentlichen auf die von Zuwanderern aus den Nachfolgestaaten Jugoslawiens geführte Lokalinfrastruktur zurück zu führen. Als Träger des Images sollte – durch die Schaffung neuer Blickwinkel – die Geschäftsinfrastruktur gleichzeitig zum Imagewandel beitragen. Wie schon an anderer Stelle ausgeführt, versuchte dazu die Gebietsbetreuung im Rahmen des „Reisebüros“ durch geführte Touren die in der Bevölkerung herrschenden Vorurteile und Berührungspunkte abzubauen.

In der Binnenperspektive – innerhalb der ansässigen Wohnbevölkerung als auch der österreichischen Geschäftsleute – gibt es unterschiedliche Wahrnehmungen in Bezug auf das migrantisch geprägte Angebot des Brunnenviertels, welches wesentlicher Träger des Außenimages ist.

*„Ich glaube auch, dass wirklich quer durch die Bank die Meinungen da (...) ich weiß nicht, wir haben Leute, die sich total daran stoßen oder sich selbst auch irgendwie gar nicht mehr wiederfinden in dem Angebot, was hier ist. Und dann gerade andere Geschäftsleute, also vor allem österreichische – also ich weiß das von einer Bachelorarbeit – also manche österreichische Geschäftsleute, die finden dass es aufgrund eben vor allem der türkischen Bevölkerung Preisdumping nach unten gibt. Und die das dann für sich schlecht, also, die mehr Aufwertung, mehr kaufkräftigere Kunden wünschen. Die da jetzt so die Gründe sehen. Ob es dann so ist, ist wieder was anderes. Aber halt auch eine Meinung. Dann schon auch welche, die genau deswegen auch hier her ziehen. Eben, eine Bachelorarbeit, ein Student hat gezielt Dachgeschossbewohner*

---

<sup>91</sup> Ziel der Analyse von Rhode et.al. (2010) war es festzustellen, inwieweit das Projekt SOHO in Ottakring zu einem Imagewandel des Brunnenviertels beigetragen hat.

*befragt. Und die waren doch eher positiv, also die haben gemusst worauf sie sich einlassen und haben das dann dementsprechend eher positiv gesehen. Sind extra wegen des Marktes und des Yppenplatzes hergezogen, wo eher Alteingesessene sagen, der Wandel ist zu stark, dass da also schon so viel Gastro ist und im Sommer auch so viel los ist am Brunnenmarkt.“ (E4, GB\*16, Z 194-203)*

Im Image wird die Wechselwirkung zwischen Stadtteil und der Migrantenökonomie besonders deutlich: während MigrantInnen und deren sichtbare ökonomische Aktivitäten zum in den Medien transportierten multikulturellen, exotischen Flair des Brunnenviertels beitragen, hat der – für das Brunnenviertel mittlerweile positiv konnotierte – Ruf als durch MigrantInnen geprägtes Viertel ebenso Auswirkungen auf ihre Geschäftstätigkeit, indem dadurch potentielle KundInnen angezogen werden.

### **Zwischenresümee**

Die interviewten Kleinst- und KleinunternehmerInnen des Brunnenviertels stellen Arbeitsplätze sowohl für die ortsansässige, aber auch die aus anderen Stadtteilen Wiens kommende Bevölkerung bereit. Bei einem kleinen Teil handelt es sich um Familienbetriebe, die Angestellte vorwiegend aus dem eigenen Verwandtenkreis akquirieren. Häufig werden auch bei den anderen UnternehmerInnen MitarbeiterInnen mit Migrationsbezug zum selben Herkunftsland eingestellt. Lehrlinge werden aktuell von keinem der Betriebe ausgebildet. Während es manchen der InterviewpartnerInnen angesichts fehlender Meisterprüfungen gar nicht möglich ist Lehrlinge aufzunehmen, wird ferner die fehlende Lernbereitschaft der Jugendlichen als Grund dagegen genannt.

Wie in Kap. 9.1.2 aufgezeigt, wird die lokale Wirtschaftsstruktur der Brunnengasse zu mehr als der Hälfte, die der Ottakringer Straße zur knapp der Hälfte, von MigrantInnen geführten Unternehmen am Leben erhalten. Während der Großteil der UnternehmerInnen in der Brunnengasse türkische Wurzeln aufweist, sind es in der Ottakringer Straße vor allem Zuwanderer aus dem ehemaligen Jugoslawien. Die zentralste Funktion der Migrantenökonomie für den Stadtteil wird dementsprechend von der Gebietsbetreuung im Erhalt der Wirtschaftsstruktur und in der Nahversorgung gesehen. Dabei zeichnen sich die KleinunternehmerInnen häufig durch besondere Serviceleistungen aus, durch die sie sich von großen Handelsketten unterscheiden. So manche Tradition des Viertels findet durch die Migrantenökonomie – an neue gesellschaftliche Realitäten angepasst – ihre Fortsetzung. Waren es früher noch die zahlreichen österreichischen Wirtshäuser und Vergnügungsetablissemments (siehe Kap. 9.1.1), die das Brunnenviertel zum Gastronomie- und Vergnügungsstandort machten, sind es heute türkische Restaurants oder „Balkanclubs“, die dazu beitragen. Die Branchenstruktur erweist sich durchaus vielfältiger. Neben eher am „ethnischen Markt“ orientierten Geschäftsleuten, durch spezifische Textil- und Lebensmittelgeschäfte, welche immer mehr auch von anderen Herkunftsgruppen aufgesucht werden, haben sich andere UnternehmerInnen in (lokalen) Marktnischen selbstständig gemacht. Die Gebietsbetreuung stellt in den letzten Jahren zwei Entwicklungen hinsichtlich der Migrantenökonomie im Brunnenviertel fest: einerseits eine Zunahme an Geschäften, die an der „türkischen Community“ ausgerichtet sind, andererseits eine wachsende Anzahl an Kaufleuten, die Wert darauf legen eine breitere Käuferschicht anzusprechen.

Die Heterogenität „der“ Migrantenökonomie wird im Brunnenviertel besonders deutlich. Unterscheiden lassen sich

- die MarktstandbetreiberInnen, die eine besondere Rolle für die Aufrechterhaltung der Märkte spielen, aber auch MigrantInnen erleichterte Einstiegsmöglichkeiten in den Arbeitsmarkt bieten
- GeschäftsbetreiberInnen, die durch ihr Angebot stärker bestimmte Herkunftsgruppen ansprechen und gemeinhin als die „typischen“ MigrantInnenbetriebe wahrgenommen werden, wie einschlägige Textil- oder Lebensmittelgeschäfte
- UnternehmerInnen, die durch die Art des Angebots und der Präsentation ihres Geschäftes ein allgemeines Publikum ansprechen und sich in spezifischen Marktnischen selbstständig gemacht haben
- MigrantInnen, die Teil der Szenegastronomie sind.

Schon durch diese unterschiedlichen „Qualitäten“ oder „Typen“ der Migrantenökonomie, wird ein wesentlicher Beitrag zur Vielfalt der Angebotsstruktur im Viertel geleistet. Während durch eine gemischte KundInnenstruktur viele der von MigrantInnen geführten Geschäfte Begegnungsorte für unterschiedliche soziale Gruppen sind,

fungieren andere wiederum als Treffpunkt für bestimmte Gruppen oder Milieus, seien es türkische Kaffeehäuser für türkische Männer oder auch Szenelokale für ein studentisches Publikum.

Angesichts des dichten Arbeitsalltages selbständiger UnternehmerInnen, wird nur in Ausnahmefällen außerordentliches Engagement, indem selbst Initiative ergriffen wird, für den Stadtteil aufgebracht. Dennoch zeigen die meisten Bereitschaft zur Beteiligung an Aktivitäten, die in ihrer Straße geboten werden, ob durch die Teilnahme an Straßenfesten oder bei Projekten der Gebietsbetreuung. Bemerkenswert präsentiert sich der Einsatz eines türkischen Friseurs, welcher regelmäßig Kindern in einem im Viertel gelegenen Heim unentgeltlich die Haare schneidet.

MigrantInnen und deren im Stadtteil sichtbare ökonomische Tätigkeiten prägen schon lange das Außenimage des Brunnenviertels, wenn auch unter sich wandelnden Vorzeichen. Im Zuge der zunehmenden stadtentwicklungspolitischen Aufmerksamkeit seit Ende der 1990er Jahre (siehe Kap. 9.1.4) und des damit einhergehenden Aufwertungsprozesses hat sich das Stigma eines Ausländer- und Problembezirkes zu einem – zugleich bedingt durch die verstärkte Präsenz von KünstlerInnen – bunten und lebendigen Viertel gewandelt. Dadurch wird auch der Migrantenökonomie als Mitträger des Images, medial und in Vermarktungsstrategien der Stadt sowie jenen von Investoren mehr Aufmerksamkeit geschenkt. Neben positiven Schilderungen über das multikulturelle Viertel und Berichten über erfolgreiche migrantische UnternehmerInnen wird mittlerweile die Szenegastronomie, die u.a. auch von MigrantInnen mitgetragen wird, unter dem Schlaglicht der Gentrifizierung ambivalenter dargestellt. Nicht nur das „türkische Flair“ auch die „Balkanmeile“ ist Teil des Bildes des Brunnenviertels. Wurde die so bezeichnete Ottakringer Straße früher noch als eine der gefährlichsten Straßen Wiens dargestellt, wird sie spätestens seit der EM 2008 verstärkt als Feier- und Fortgehmeile der jüngeren Generation der „ex-jugoslawischen Community“ wahrgenommen.

## 10. SCHLUSSFOLGERUNGEN

Ausgangspunkt der Arbeit war es, dem Charakter und der Bedeutung von Migrantenökonomien als Stadtteilbetriebe, dem unternehmensbezogenen Teilbereich der lokal verankerten Ökonomien (siehe Kap.3.3), nachzugehen, um

- ⇒ deren Relevanz für die Stadtteilentwicklung innerhalb lokalökonomischer Strategien herauszuarbeiten.
- ⇒ das im wissenschaftlichen Diskurs festgestellte Defizit der Forschung zur Migrantenökonomie – dass dem lokalen Kontext als Einflussfaktor auf die Geschäftstätigkeit der MigrantInnen zu wenig Aufmerksamkeit geschenkt wird – aufzugreifen (siehe Rekers/Van Kempen 2000, Kap.2.2). Entsprechend dieser räumlichen Perspektive wurden vorab nicht bestimmte Herkunftsgruppen innerhalb der Migrantenökonomie sondern bestimmte Stadträume als Analyseeinheiten festgelegt.

Zur Analyse des Charakters und der Bedeutung der Migrantenökonomie als lokal verankerte Ökonomie wurden anhand folgender Forschungsfragen verschiedene Blickwinkel eingenommen:

1. In welcher Art und welcher Intensität bestehen Verbindungen der Migrantenökonomie zum Stadtteil? (siehe Kap. 8.2.1/9.2.1)
2. Inwieweit hat der Stadtteil in den unterschiedlichen räumlichen Dimensionen Einfluss auf ihre unternehmerische Tätigkeit? Welche Chancen und Hemmnisse birgt der lokale Kontext? (siehe Kap. 8.2.2/9.2.2)
3. Welchen Beitrag leistet die Migrantenökonomie für den Stadtteil im Sinne lokal eingebetteter Ökonomie? (siehe Kap. 8.2.3/9.2.3)

Die Ergebnisse der empirischen Analyse beider untersuchten Stadtteile und die Beantwortung dieser Fragen werden in den Kapiteln 8.2 und 9.2 ausführlich und darüber hinaus am Ende jedes Unterkapitels, welches jeweils eine Forschungsfrage umfasst, als Zwischenresümee in kompakter Form erörtert. Daher werden an dieser Stelle nur mehr die wichtigsten Ergebnisse aufgegriffen.

### **Lokale und überlokale Verbindungen der Migrantenökonomie im Brunnenviertel bzw. der Quellenstraße**

In beiden Quartieren weist die Migrantenökonomie in Bezug auf KundInnen, Geschäftsbeziehungen, formelle und informelle Netzwerke und die Wohnsitze der EigentümerInnen und MitarbeiterInnen sowohl lokale Verbindungen zum Stadtteil als auch die notwendigen überlokalen Verflechtungen mit der Stadt, der Region und dem Ausland auf. Eine starke lokale Einbindung besteht vorwiegend über die KundInnenbeziehungen durch ihre Funktion als Nahversorger der lokalen Wohn- und Arbeitsbevölkerung als auch über die geschäftlichen und privaten Austauschbeziehungen und Kontakte zu den benachbarten UnternehmerInnen. Diese finden stärker innerhalb der Migrantenökonomie als zwischen österreichischen und migrantischen Kaufleuten statt. An beiden Standorten reicht jedoch das Einzugsgebiet der KundInnen innerhalb der eigenen Herkunftsgruppe über den Stadtteil und teilweise über die Stadt hinaus. Während das Brunnenviertel im Allgemeinen, aber auch die dortige Migrantenökonomie – zumindest manche Branchen und Teilräume – ebenso von österreichischen KundInnen der verschiedensten Stadtteile Wiens aufgesucht wird, stammt das in geringeren Anteilen vertretene österreichische Publikum der Gewerbetreibenden der Quellenstraße überwiegend aus der näheren Umgebung. Im Gegensatz zur Quellenstraße gibt es im Brunnenviertel lokale Unternehmervereine, in die Kaufleute mit Migrationshintergrund jedoch nur spärlich eingebunden sind. Mitglieder in den stadtweit agierenden Unternehmervereinen für türkische Kaufleute finden sich hingegen in beiden Stadtteilen. Weniger bedeutsam für die Quartiersbindung erscheinen die Wohnsitze der EigentümerInnen, die häufig in anderen Stadtteilen Wiens liegen, da diese ohnehin den Großteil ihrer Zeit im Geschäft verbringen. Geschäftsbeziehungen beschränken sich in der Gastronomie meist auf Wien und die Wiener Umgebung, während sie im Einzelhandel zum Teil in die Türkei reichen. Innerhalb des Viertels finden Geschäftsbeziehungen weniger in Form regelmäßiger Zuliefererbeziehungen, sondern anlassbezogen oder im Rahmen des privaten Konsums statt.

## Der Einfluss des Stadtteils auf die Handlungsperspektiven der lokalen Migrantenökonomie

In nachfolgenden Tabellen werden die in den Interviews mit UnternehmerInnen und lokalen ExpertInnen genannten Chancen und Hemmnisse der jeweiligen Viertel (siehe Kap. 8.2.2/9.2.2) dargestellt und zum Teil mit Erkenntnissen der Raumanalyse (siehe Kap. 8.2./9.2) ergänzt. Die Analyse zeigte,

- dass die Aspekte der jeweiligen Raumkomponenten auf vielfältige Weise miteinander in Verbindung (Ursache-/Wirkungszusammenhänge) stehen, wodurch die Verwobenheit der einzelnen Raumdimensionen deutlich wird.
- dass es nicht nur *zwischen* den Stadtteilen Unterschiede in (tatsächlichen/wahrgenommenen) lokalen Einflussfaktoren gibt, sondern sich manche Faktoren auch *innerhalb* der Stadtteile anders auswirken oder von den UnternehmerInnen je nach genauem Unternehmensstandort, nach Branche oder Ausrichtung des Angebots unterschiedlich – im positiven oder negativen Sinne – bewertet werden.

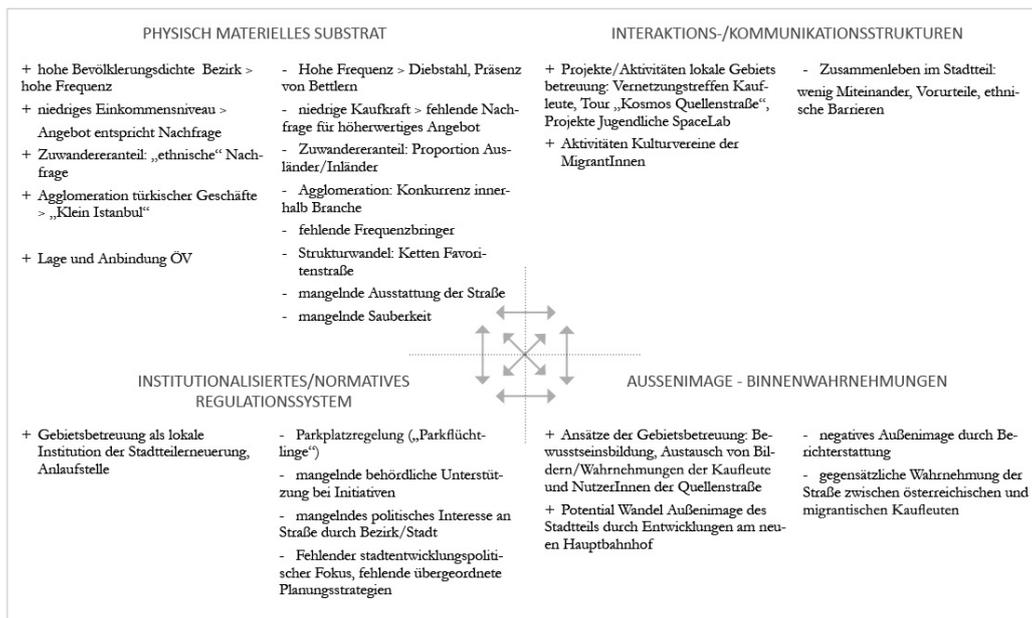


Abb. 18: Lokale (tatsächliche/wahrgenommene) Einflussfaktoren auf die Handlungsperspektiven der Migrantenökonomie der Quellenstraße (eigene Darstellung)

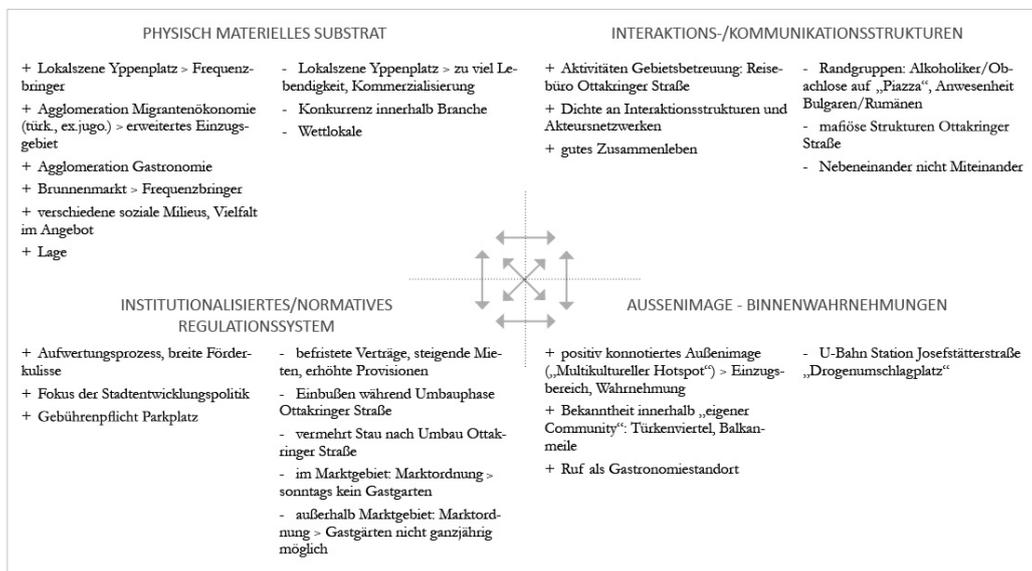


Abb. 19: Lokale (tatsächliche/wahrgenommene) Einflussfaktoren auf die Handlungsperspektiven der Migrantenökonomie im Brunnenviertel (eigene Darstellung)

Abweichungen in der Nennung bzw. Gewichtung verschiedener stadtteilbezogener Aspekte, die als Chance oder Hemmnis wahrgenommen werden, unterstreichen, dass sich je nach lokalem Kontext unterschiedliche Handlungsperspektiven für die migrantischen UnternehmerInnen ergeben. Neben dem Stadtteilkontext spielen natürlich ebenso institutionelle und rechtliche Faktoren eine Rolle, die auf Stadt- oder Bundesebene angesiedelt sind (zu den Hürden der Unternehmensgründung siehe Kap. 2.2, zu rechtlichen/institutionellen Rahmenbedingungen in Wien siehe Kap. 6.3/6.4).

Nachfolgend werden die wesentlichsten Aspekte, durch die sich die Stadtteile unterscheiden und folglich für die selbstständigen MigrantInnen je nach Stadtteil andere Möglichkeiten oder Hindernisse der unternehmerischen Aktivität mit sich bringen, dargestellt.

*Absatzmarkt (NutzerInnengruppen/Einzugsgebiet):* in der Quellenstraße wurden sehr häufig die hohe Bevölkerungsdichte des Bezirks und hohe PassantInnenfrequenz als Standortvorteile genannt. Auch wurde von vielen Geschäftsleuten auf die kaufkraftschwache Bewohnerschaft Bezug genommen: während sie von den einen als positiver Faktor bewertet wird, da sie genau diese Gruppe mit ihrem Angebot ansprechen, sehen innovativere UnternehmerInnen, die auf kaufkräftigere KundInnen abzielen, dadurch eine Einschränkung ihrer Entwicklungsmöglichkeiten. Von manchen wird ferner der geringere Anteil österreichischer KundInnen beklagt, auch wenn Angebot und Erscheinungsbild ihres Unternehmens auf ein breiteres Publikum ausgerichtet sind. Bei den Geschäftsleuten im Brunnenviertel werden weder eine geringe Kaufkraft noch ein geringer Anteil an österreichischen KundInnen thematisiert, was darauf schließen lässt, dass diese Aspekte dort weniger relevant sind. Die im Vergleich zur Quellenstraße tatsächlich höheren Anteile österreichischer KundInnen der MigrantInnennökonomie im Brunnenviertel sind auf einen erweiterten Einzugsbereich und möglicherweise auf geringere ethnische Hemmschwellen innerhalb der Wohnbevölkerung zurückzuführen. Als positiver Frequenzbringer und Magnet für neue NutzerInnengruppen wird von manchen UnternehmerInnen die Lokalszene am Yppenplatz, die mit dem Aufwertungsprozess und dem Imagewandel des Brunnenviertels in wechselseitiger Verbindung steht, bewertet. Die Vermutung, dass sich das österreichische Publikum, welches aus anderen Stadtteilen Wiens kommt, auf bestimmte Teilräume – wie den Yppenplatz und die Brunnengasse – und Branchen – wie türkische Gastronomie und Szenelokale – beschränkt, kann aufgrund der beschränkten Interviewzahl weder abschließend bestätigt noch verworfen werden

*Stadtentwicklungspolitik:* von einigen UnternehmerInnen der Quellenstraße wird ein fehlendes politisches Interesse für den Stadtteil und die dort lebenden Menschen beklagt und Defizite oder mangelndes Engagement bezüglich Ausstattung und Gestaltungsmaßnahmen an der Straße damit in Verbindung gebracht. Darüber hinaus fühlen sie sich vom Bezirk bei der Umsetzung ihrer Ideen zu wenig unterstützt. Tatsächlich war die Quellenstraße – abseits der Aktivitäten der lokalen Gebietsbetreuung – bislang kein Fokus der Stadtentwicklungspolitik, was wohl ausschlaggebend für die fehlende Aufmerksamkeit auf das Gebiet ist. Das Brunnenviertel hingegen profitierte von der Festlegung als stadtentwicklungspolitisches Zielgebiet seit Ende der 1990er Jahre, wodurch einerseits Fördergelder für Erneuerungstätigkeiten zur Verfügung gestellt wurden, als auch der MigrantInnennökonomie mehr (mediale) Beachtung geschenkt wurde. Der Aufwertungsprozess im Zuge der Stadterneuerungstätigkeiten brachte im Brunnenviertel jedoch auch negative Aspekte für die Geschäftslokale, wie höhere Provisionen und auf kürzere Dauer befristete Verträge, mit sich. Während davon bisher noch wenige der InterviewpartnerInnen betroffen sind, ist das Schicksal einer kroatischen Unternehmerin am Yppenplatz umso alarmierender: sie sah sich durch die Verdoppelung ihrer Miete zur Aufgabe ihres Geschäftes am Yppenplatz gezwungen.

*Stadtteilimage/Außenimage:* der im Brunnenviertel stattgefundenen Imagewandel vom „Problembezirk mit hohem Ausländeranteil“ zum „multikulturellen Hotspot“ steht sowohl mit den Aktivitäten von KünstlerInnen als auch dem bewussten Aufwertungsprozess durch die Stadt in Verbindung. Träger dieses medial vermittelten Bildes sind neben der Kunstszene die von MigrantInnen geschaffenen Angebotsstrukturen. Durch das ins Positive veränderte Image des Brunnenviertels hat es für die Stadtbevölkerung an Attraktivität gewonnen, wodurch einige UnternehmerInnen der MigrantInnennökonomie – zumindest in bestimmten Branchen und Teilräumen – von einem erweiterten Einzugsbereich der NutzerInnen profitieren. Im medialen Fokus auf das Brunnenviertel mit seinem besonderen Flair finden auch die Leistungen der dort ansässigen selbstständigen MigrantInnen mehr öffentliche Anerkennung. Davon

zeugt die Portraitierung etablierter Unternehmen – wie etwa das Kent, die Gül-Bäckerei oder Rado Sport – in der Berichterstattung. Abseits des multikulturellen Charmes zieht ebenso die Profilierung als Gastronomiestandort stadtweit Gäste an. Ferner haben sich durch das konzentrierte Auftreten türkischer oder ex-jugoslawischer UnternehmerInnen Abschnitte des Stadtteils als „Türkenviertel“ und „Balkanmeile“ einen Namen gemacht, wodurch insbesondere das Einzugsgebiet innerhalb der eigenen Herkunftsgruppen ausgeweitet ist. Die Quellenstraße, die in den Medien höchstens im Zuge krimineller Vorfälle thematisiert wird, ist stadtweit weniger bekannt und attraktiv. So bleibt das Einzugsgebiet österreichischer KundInnen – auch aufgrund fehlender anderer Frequenzbringer – meist auf die lokale Umgebung beschränkt. Durch den Ruf als „Klein-Istanbul“, wie sie manche der interviewten Geschäftsleute bezeichnen, ist die Straße hingegen bei türkischstämmigen Personen – ähnlich wie die Geschäftsstraßen des Brunnenviertels – über den Stadtteil hinaus bekannt.

### **Die Funktionen der lokalen Migrantenökonomie für den Stadtteil**

- Bereitstellung von Arbeits- und Ausbildungsplätzen

Die betrachteten Kleinst- und KleinunternehmerInnen des Brunnenviertels und der Quellenstraße sind allesamt Arbeitgeberbetriebe. Manche davon werden als Familienbetriebe geführt, die MitarbeiterInnen aus dem Verwandtenkreis akquirieren, andere stellen überwiegend Arbeitsplätze für andere MigrantInnen, jedoch nicht nur des eigenen Herkunftslandes, bereit. MitarbeiterInnen und Lehrlinge kommen nicht nur aus dem Stadtteil, sondern häufig aus ganz Wien und Umgebung. Lehrstellen werden nur in wenigen Betrieben angeboten, was jedoch zum Teil auf die Kleinstrukturiertheit der Betriebe zurückzuführen ist. Dennoch werden vorhandene Potentiale der Lehrlingsausbildung aufgrund rechtlicher Barrieren und mangelndem Vertrauen der UnternehmerInnen in die jüngere Generation nicht ausgeschöpft.

- Erhalt lokale Wirtschaftsstruktur und Nahversorgung

In Folge wirtschaftsstruktureller Entwicklungen haben sich die Erdgeschosszonen der analysierten Stadtviertel in den letzten Jahren verändert: zahlreiche autochthon österreichische KleinunternehmerInnen mussten ihre Geschäftstätigkeit aufgeben, während gegenwärtig ein hoher Anteil der Geschäftslokale von MigrantInnen geführt wird. Dies macht es sehr deutlich, dass die Migrantenökonomie die lokale Wirtschaftsstruktur der Stadtviertel am Leben erhält, die ohne sie durch Leerstand und Verfall geprägt sein würde.

Durch die zahlreichen Geschäfte des kurz- und mittelfristigen Bedarfes dienen sie sowohl der ansässigen Bevölkerung zur Nahversorgung – was vor allem für weniger mobile Bevölkerungsgruppen von Bedeutung ist – weisen aber auch weitere Einzugsgebiete auf, vor allem innerhalb der eigenen Herkunftsgruppen. Die lokal verankerte Migrantenökonomie deckt mit ihrem Angebot örtliche Bedürfnisse. Während beispielsweise die vielen im Niedrig-Preis-Segment tätigen UnternehmerInnen sozial schwächer gestellten Haushalten Einkaufsmöglichkeiten bieten, werden die alternativen Milieus im Brunnenviertel durch die zum Teil von MigrantInnen geführten Szenelokalen versorgt.

- Beitrag zur Diversität und Qualität des Angebots

Neben den auf den Alltagsbedarf ausgerichteten Geschäften gibt es so manche UnternehmerInnen, die sich auf (lokale) Marktnischen spezialisiert haben, wie etwa ein Kleinkindausstattungsladen, ein Werkzeug- und Baumaterialienhändler oder ein auf Fußball fokussiertes Sportartikelgeschäft. Diese die Vielfalt der Migrantenökonomie widerspiegelnden Geschäfte tragen genauso wie UnternehmerInnen, die gemeinhin mit der Migrantenökonomie assoziiert werden und stärker kulturell geprägte Produkte anbieten, zur Diversität von Waren und Dienstleistungen bei. Sie alle stellen ein alternatives Angebot zum uniformen Sortiment internationaler Handelsketten dar. Allgemein ist in den letzten Jahren eine Steigerung des Qualitätsniveaus der Migrantenökonomie erkennbar, sei es durch die Qualität der Ware oder auch in der Art der Präsentation und des Erscheinungsbildes des Lokals. Die bereitgestellten Angebotsstrukturen werden durchgehend von einem nach Herkunftshintergrund gemischten Publikum genutzt, wenn auch je nach Branche zu unterschiedlichen Anteilen. Einige UnternehmerInnen

versuchen sehr bewusst durch die Wahl des Geschäftsnamens, das Angebot oder die Art der Präsentation nicht nur ihre Herkunftsgruppe anzusprechen. Als Qualitätsmerkmal der von MigrantInnen geführten Kleinunternehmen sind ebenso die besonderen Serviceangebote – Reparatur- und Anpassungsleistungen, individuelle Beratung, die Möglichkeit von Ratenzahlungen, etc. – hervorzuheben, durch die auf individuelle KundInnenwünsche Rücksicht genommen wird.

- Anlaufstelle/Treffpunkt/Brückenbildner

Selbstständige mit Migrationshintergrund stellen eine wichtige Schnittstelle zwischen Personen ihres Herkunftslandes und den Strukturen des Aufnahmelandes dar. Durch sprachliche Kompetenzen, aber auch durch ihre als UnternehmerInnen erlangten Kenntnisse, dienen sie Neuzugewanderten oder älteren Personen, die sich mangels Erfahrung oder Sprachschwierigkeiten oft weniger gut im Aufnahmeland zurecht finden, als Anlaufstelle für Auskünfte oder Hilfeleistungen bei behördlichen Wegen. Darüber hinaus fungieren sie häufig als Treffpunkt für bestimmte soziale Gruppen, schaffen aber auch Möglichkeitsräume für zufällige soziale Begegnungen. Über ihre zahlreichen lokalen KundInnenbeziehungen, vor allem durch die Stammkundschaften, sowie Kontakte zu den umliegenden Geschäftsleuten spannen sie nachbarschaftliche Netzwerke auf. Als Teil dieser Netzwerke leistet ihre unternehmerische Aktivität nicht nur für andere, sondern auch für sie selbst sozialintegrative Funktion.

- Engagement für den Stadtteil

Während gemeinsame Initiativen für den Stadtteil bisher wenig von den Kaufleuten ergriffen wurden, zeigen sie einzeln auf vielfältige Weise Engagement im näheren Umfeld als auch Verantwortungsgefühl für die Personen im Quartier. Auch im Rahmen verschiedener Projekte der lokalen Gebietsbetreuungen konnten so manche UnternehmerInnen zur Teilnahme aktiviert werden. Der dichte Arbeitsalltag aber auch die Langwierigkeit von bürokratischen Wegen wirken sich dabei oft hinderlich und entmutigend aus.

- Imageträger

Wie im Brunnenviertel feststellbar, kann die Migrantenökonomie Träger eines positiven Stadtteilimages werden, welches das Quartier für neue NutzerInnengruppen attraktiv macht. Stadtmarketing und InvestorInnen greifen gerne auf das Bild von Multikulturalismus in ihren Vermarktungsstrategien zurück. Ein Außenimage bringt zwar neue NutzerInnen in den Stadtteil, genügt jedoch nicht, um angestammte Wahrnehmungsmuster der ansässigen Wohnbevölkerung aufzubrechen. Die Förderung von Anerkennung, Wertschätzung und Identifikation mit den sichtbaren Ausprägungen gesellschaftlicher Entwicklungen im Quartier, wie der Konzentration der Migrantenökonomie, muss vor Ort ansetzen und u.a. durch bewusstseinsbildende Maßnahmen den Impuls für neue Perspektiven geben.

Resümierend in Bezug auf die Forschungsfragen ist festzuhalten, dass

- ⇒ durch die empirische Analyse der beiden Fallbeispiele in Wien die Funktionen der Migrantenökonomie, die sie als lokal verankerte Ökonomie gerade auch in benachteiligten Stadtteilen leistet, deutlich wurden. Die Förderung und Unterstützung ihrer Handlungsperspektiven ist daher für eine nachhaltige Stadtteilentwicklung unausweichlich.
- ⇒ eine Unterstützung freilich nicht nur im Interesse der Stadt sondern in gleichem Maße im Interesse der UnternehmerInnen ist bzw. sein muss. Durch die raumbezogene Analyse wurde sichtbar, dass sich viele Chancen und Hemmnisse für die unternehmerische Tätigkeit von MigrantInnen – abseits überlokaler strukturellen Rahmenbedingungen – aus dem Stadtteilkontext ergeben und daher gebietsbezogene Ansätze zu ihrer Unterstützung notwendig sind.
- ⇒ angesichts der vielschichtigen Funktionen der Migrantenökonomie in ihrem Charakter als Stadtteilbetriebe, als auch der Bedeutung des lokalen Kontextes für ihr Handeln, räumlich integrative Ansätze – also eine lokale Verzahnung verschiedener politischer Handlungsfelder – zur Unterstützung der Migrantenökonomie zu

entwickeln sind. Traditionelle Wirtschaftsförderung reicht daher nicht aus. Vielmehr sind die Stadtteilbetriebe der Migrantenökonomie im Rahmen lokalökonomischer Strategien zu fördern.

### **Neue Erkenntnisse als Beitrag zur Forschung und/oder als Anknüpfungspunkte für die Stadt- und Stadtteilplanung**

- *Eine räumlich differenzierte Analyse von Stadtteilen erweist sich als gute Annäherung an den Raum. Einerseits wird der Blick für die Einflussfaktoren der einzelnen Ebenen geschärft, andererseits wird zugleich die Verwobenheit dieser Raumdimensionen im Rahmen von Wirkungszusammenhängen deutlich. Das Erkennen solcher Zusammenhänge stellt die Voraussetzung für eine nachhaltige Planung dar.*
- *Die Migrantenökonomie ist Teil der lokal verankerten Ökonomie und nimmt in der Nabversorgung, als Arbeitgeber und als Ort der Kommunikation eine wichtige Rolle für die ansässige Quartiersbevölkerung ein. Bei der Förderung der Migrantenökonomie ist daher eine Sozialraumorientierung notwendig, die lokale NutzerInnen und deren Bedürfnisse mitberücksichtigt. In Förderstrategien der Migrantenökonomien sollen daher nicht wirtschaftliche, sondern primär sozialräumliche Ziele im Vordergrund stehen. In der Umsetzung von Maßnahmen ist folglich eine Verzahnung mit lokalen Entwicklungen und Institutionen erforderlich.*
- *Die Migrantenökonomie ist häufig in sogenannten benachteiligten Stadtgebieten, die sich u.a. durch die Perspektivlosigkeit von Jugendlichen in Hinblick auf Ausbildung und Arbeitsplatz auszeichnen, konzentriert angesiedelt. Das lokale Potential Lehrstellen anzubieten, wird u.a. durch rechtliche Hürden in der Anerkennung als Ausbildungsbetrieb aber auch aufgrund des fehlenden Vertrauens der UnternehmerInnen in die Jugendlichen nicht ausgenutzt.*
  - Um die Potentiale der Migrantenökonomie in der Bereitstellung von Lehrstellen zu aktivieren, sind bestehende Berufsdefinitionen/-richtlinien und Konzepte der Lehrausbildung zu modifizieren bzw. die Anforderungen an Ausbildungsbetrieben der gesellschaftlichen Realität anzupassen. So eröffnet sich beispielsweise für zahlreiche Gastronomen, die nur Halal-Fleisch verarbeiten, erst die Chance Lehrstellen anzubieten.
  - Als Voraussetzung zur Ausbilderqualifikation wird in Österreich vorrangig die Meisterprüfung herangezogen. Um innerhalb der Migrantenökonomie mehr Ausbildungsbetriebe zu erreichen, ist die Anerkennung von Berufserfahrungen und von im Ausland erworbenen Abschlüssen selbstständiger Zuwanderer zu erleichtern.
  - Kooperationen und übergreifende Projekte zwischen lokalen Jugendeinrichtungen und der lokalen Migrantenökonomie können gegenseitiges Vertrauen und Engagement stärken und sind daher zu fördern.
- *Die vielen inhabergeführten KleinunternehmerInnen der Migrantenökonomie weisen durch die ständige Anwesenheit im Stadtteil eine starke Verbundenheit zum Quartier auf, welche begünstigend auf die Etablierung nachbarschaftlicher Kontakte und Netzwerke mit den umliegenden Geschäftsleuten wirkt. Die teilweise intensiven Kontakte zwischen UnternehmerInnen, wie sie in den Interviews beschrieben werden, stehen den Aussagen der lokalen Gebietsbetreuungen gegenüber, dass österreichische Kaufleute der Migrantenökonomie häufig wenig oder negative Anerkennung entgegen bringen. Die lässt darauf schließen, dass die von den UnternehmerInnen erwähnten nachbarschaftlichen Kontakte weniger, wenn überhaupt, zwischen Mehr- und Minderheitsgesellschaften stattfinden. Daher ist eine stärkere Vernetzung – formell oder informell – der Kaufleute anzustreben. Neben einer integrativen Funktion, wirken sich derartige Netzwerkstrukturen förderlich auf die Aktivierung der Kaufleute im Engagement für den Stadtteil aus.*
- *Das Wechselverhältnis der Migrantenökonomie mit dem Stadtteil wird besonders in Bezug auf das Verhältnis von Angebot und Nachfrage sowie im Stadtteilimage deutlich:*

- Während die Migrantenökonomie einerseits durch ihr Angebot – ob im Niedrig-Preis-Segment oder auch im Bereich der Szenelokale – die Nachfragestrukturen (hinsichtlich soziodemographischer/sozioökonomischer Merkmale, Einzugsbereich, etc.) beeinflusst, bestimmt die vorhandene Nachfrage im Stadtteil ebenso die Ausrichtung des Angebots der Migrantenökonomie.
  - Migrantenökonomien prägen durch ihre Sichtbarkeit in den Erdgeschosszonen das Stadtteilimage auf positive oder negative Weise. Auf der anderen Seite kann ein vorhandenes Stadtteilimage bestimmte Perspektiven auf die Migrantenökonomie entstehen lassen.
- *Die lokale Nachfrage eröffnet nicht nur Chancen sondern auch Entwicklungshemmnisse. Eine überwiegend schwache lokale Kaufkraft im Quartier beschränkt das Entwicklungspotential ansässiger qualitätsorientierter und innovativer UnternehmerInnen der Migrantenökonomie. Eine heterogene Nachfragestruktur ermöglicht ein vielfältigeres Angebot. Gleichzeitig bringt ein differenziertes Angebot wiederum neue NutzerInnen in den Stadtteil.* In benachteiligten Stadtgebieten, die sich hinsichtlich Einkommens- und Kaufkraftniveau der Wohnbevölkerung relativ homogen darstellen, sind Strategien und Maßnahmen zu entwickeln, die andere Kaufkraftströme und andere Milieus als KonsumentInnen oder BewohnerInnen in den Stadtteil lenken. Um eine Vielfalt des Angebots, welche die Vielfalt an örtlichen Bedürfnissen abdecken kann, zu gewährleisten, ist gleichzeitig darauf zu achten, dass die Möglichkeitsräume – etwa leistbare Geschäftslokale – für UnternehmerInnen, die an sozial schwächeren Haushalten orientiert sind, ebenso erhalten bleiben.
  - *Das (medial transportierte) Außenimage eines Viertels kann die lokale Migrantenökonomie in neues Licht rücken, neue NutzerInnengruppen anziehen und der Migrantenökonomie dadurch erweiterte Absatzchancen bringen. Durch ein positives Image wird ebenso ein Rahmen geschaffen, der vorhandene Wahrnehmungsmuster in der ansässigen Bevölkerung aufbrechen kann.* Ein Außenimage spiegelt nicht zwangsläufig die (Mehrheit der) Binnenperspektiven wider. Damit ein nach außen getragenes Image den Stadtteil sowohl für neue NutzerInnen attraktiv macht, sich aber auch die ansässigen Kaufleute und die Bevölkerung damit identifizieren können bzw. sie zu neuen Perspektiven anregt, muss eine derartige Imageentwicklung lokal und partizipativ und in Verbindung mit Bewusstseinsbildungsaktivitäten erfolgen.
  - *Der Fokus auf die Migrantenökonomie zur Profilierung eines Standortes bewegt sich zwischen der Anerkennung und Wertschätzung kultureller Diversität und einer der Stigmatisierung Vorschub leistenden Betonung von Differenz.* In Gebieten mit hoher Konzentration der Migrantenökonomie findet sich häufig ebenso ein konzentriertes Angebot gewisser Branchen oder Bereiche. Anstatt bestimmte Herkunftsgruppen in den Vordergrund von Imagekampagnen zu rücken (z.B. „Klein Istanbul“), kann die Hervorhebung eines speziellen Angebots (z.B. „Brautmodenmeile“) mitunter ein breiteres Publikum anziehen.
  - *Das Engagement von migrantischen UnternehmerInnen für den Stadtteil wird durch mühsame bürokratische Wege und eine wahrgenommene fehlende Unterstützung seitens Politik und Verwaltung gedämpft. Nicht zuletzt liegt der Grund dafür in einer mangelnden stadtentwicklungspolitischen Aufmerksamkeit für bestimmte Straßen bzw. Stadtteile sowie eine mangelnde Wertschätzung der Migrantenökonomie innerhalb Verwaltung und Politik.* Vorhandenes Engagement der UnternehmerInnen für den Stadtteil muss von Politik und Verwaltung (auf Bezirks- und Stadtebene) unterstützt werden. Voraussetzung dafür ist die Anerkennung und Wertschätzung der Leistungen der Migrantenökonomie auf diesen Ebenen. Neben bewusstseinsbildenden Maßnahmen ist durch die explizitere Verankerung der Förderung von Migrantenökonomien in strategischen Stadtplanungsinstrumenten (Strategieplan, Stadtentwicklungsplan) für das notwendige politische Gewicht zu sorgen.
  - *Die „migrantensensiblen“ Beratungs- und Informationsangebote der Wirtschaftskammer und Wirtschaftsagentur Wien für UnternehmerInnen mit Migrationshintergrund zielen hauptsächlich auf die Unternehmensgründung ab und werden vor allem von besser ausgebildeten Zuwanderern genutzt. Ebenso wichtig ist die Unterstützung der laufenden Geschäftstätigkeit der bereits bestehenden Migrantenökonomie.* Eine dezentrale Betreuungsfunktion von Kleinbetrieben, wie es ehemals das Regionale Wirtschaftsservice der Wirtschaftsagentur Wien darstellte, die eine aufsuchende Beratung in

einzelnen Stadtteilen anbot, ist erneut zu forcieren. Durch dieses niederschwellige Beratungs- und Informationsangebot wird einer breiteren Gruppe von MigrantInnen der Zugang zu finanziellen Unterstützungsangeboten der Stadt ermöglicht.

- *Das Potential von Migrantenökonomien in Wien wurde in arbeitsmarkt- und wirtschaftspolitischer Hinsicht bereits erkannt und folglich durch entsprechende Einrichtungen ein gezielteres Unterstützungsangebot gesetzt. Übergeordnete Strategien hinsichtlich lokalökonomischer Ansätze und Migrantenökonomie, welche den notwendigen Rahmen für Kooperationsstrukturen bilden, fehlen bislang in stadtentwicklungspolitischen Instrumenten.* Für eine Sozialraumorientierung in der Förderung der Migrantenökonomie ist die Verzahnung und Kooperation – in Hinblick auf Informationsaustausch und Maßnahmenswerpunkte – verschiedener politischer Felder (Wirtschafts-, Beschäftigungs-, Integrations-, Stadtentwicklungspolitik) und deren nachgeschalteter Institutionen (Wirtschaftskammer, Wirtschaftsagentur, AMS, waff, MA 17, Gebietsbetreuungen, etc.) zu forcieren. Der Grundstein dafür ist in entsprechenden lokalökonomischen Strategien und politischen Willensbekundungen innerhalb stadtentwicklungspolitischer Instrumente zu legen.
- *Durch den Kontakt zu verschiedenen ortsansässigen Institutionen, sowie ihrer Funktion als Anlaufstelle für lokale Gewerbetreibende, erweisen sich die Gebietsbetreuungen als geeignete Institutionen lokalökonomische Strategien als Querschnittsaufgabe umzusetzen.* Die bisher auf strategischer Ebene fehlenden lokalökonomischen Ansätze mit Einbezug der Migrantenökonomie, werden auf Umsetzungsebene durch die lokalen Gebietsbetreuungen zum Teil bereits verwirklicht (siehe Kap. 8.1.4/9.1.4).
- *Wirtschaftsstrukturelle Entwicklungen – der Einzug internationaler Handelsketten, Einkaufszentren am Stadtrand, etc. – durch welche österreichische KleinunternehmerInnen immer mehr aus dem Stadtbild verschwanden, stellen gleichermaßen für die Kleinunternehmen der Migrantenökonomie Herausforderungen dar.* Die Orientierung des Angebots am „ethnischen Markt“ kann dabei notwendige Spezialisierungsstrategie sein. Sie bedeutet eine Anpassung an veränderte Nachfragestrukturen und ist nicht zwangsläufig Anfangsstadium eines gedachten Entwicklungspfadens der Migrantenökonomie, wie dieser häufig im wissenschaftlichen Diskurs dargestellt wird („vom ethnischen Markt zum break-out“). Im Lebensmittelhandel wird die Strategie der Orientierung an der „ethnischen Nische“ durch größere Handelsketten infolge der Erweiterung des Sortimentes auf „ethnische“ Produkte zunehmend unterhöhlt.
- *„Die“ Migrantenökonomie gibt es nicht (mehr). Die Unternehmenslandschaft, die durch Zuwanderer oder deren Nachkommen in Wien entstanden ist, gestaltet sich immer vielfältiger und differenzierter.* Einerseits verändern sich die Branchen, in denen sich MigrantInnen selbstständig machen: abseits von Einzelhandel und Gastronomie, wächst der Anteil der weniger im Stadtteil sichtbaren selbstständigen MigrantInnen im Bereich wissensintensiver Dienstleistungen, wie insbesondere die Wirtschaftsagentur Wien im Rahmen ihrer Tätigkeit wahrnimmt. Aber auch innerhalb der traditionelleren Branchen zeichnet sich – in der Art der Präsentation, im Warenangebot, in der Unternehmensstruktur – ein Wandel ab. Der Facettenreichtum „der“ Migrantenökonomie ist ebenso in den Analysegebieten erkennbar. Darüber hinaus machen es die unterschiedlichen Generationen, Herkunftsländer, Bildungshintergründe der UnternehmerInnen schwierig, von „der“ Migrantenökonomie zu sprechen. Umso mehr scheint es relevant, am Anfang einer Forschungsarbeit klar zu definieren, auf welchen Teilbereich der von MigrantInnen geführten Unternehmen man sich bezieht.

### **Einschränkungen der eigenen Forschung und weiterer Forschungsbedarf**

Durch den inhaltlichen Fokus und zeitlichen Rahmen sowie methodisch bedingt, ergaben sich Einschränkungen der eigenen Forschung, die im Folgenden aufgezeigt werden sollen. Zum Teil stellen sie Ansatzpunkte für mögliche zukünftige Forschungsschwerpunkte dar.

- Als Einflussfaktor auf die Handlungsperspektiven selbstständiger UnternehmerInnen mit Migrationshintergrund wurde in dieser Arbeit der lokale Kontext auf Stadtteil- und Stadtebene betrachtet, welcher bisher vielfach in Forschungsarbeiten zur Migrantenökonomie vernachlässigt wurde. Dass die

Möglichkeiten der unternehmerischen Aktivität natürlich auch von vielen anderen individuellen und strukturellen Faktoren beeinflusst werden, steht außer Frage.

- Der Fokus der empirischen Analyse wurde bewusst auf einen Teilbereich der Migrantenökonomie eingeschränkt: auf die in den Erdgeschosszonen sichtbaren Kleinunternehmen. Im Rahmen der qualitativen Interviews ergab sich darüber hinaus im Brunnenviertel, angesichts der mangelnden Bereitschaft einiger angefragter UnternehmerInnen ein Interview zu geben, eine weitere Einschränkung hinsichtlich des Branchenspektrums. Folglich konnte die Frage, inwieweit sich die höheren Anteile österreichischer KundInnen im Brunnenviertel, im Vergleich zur Quellenstraße, nur auf bestimmte Branchen der Migrantenökonomie beschränken bzw. inwieweit die verschiedenen Branchen der Migrantenökonomie von den neuen NutzerInnengruppen profitieren, nicht abschließend beantwortet werden.
- Da keine eigene Befragung der Wohnbevölkerung durchgeführt wurde, konnte ebenso wenig ausreichend geklärt werden, inwieweit das medial vermittelte positive Außenimage auf die Wahrnehmungsmuster der alteingesessenen Wohnbevölkerung in Hinblick auf MigrantInnen und die Migrantenökonomie wirkt. Erklärungsfaktoren für die höheren Anteile österreichischer KundInnen bei migrantischen Unternehmen im Brunnenviertel werden auf Basis der Aussagen der lokalen Gebietsbetreuung und UnternehmerInnen als auch der Stadtteilanalyse jedenfalls darin gesehen,
  - dass ein positives Stadtteilimage mehr österreichische KundInnen aus anderen Stadtteilen Wiens anzieht bzw. genau solche Personen anzieht, die sich mit diesem Image von Multikulturalität identifizieren können und wollen.
  - dass das im Brunnenviertel offenere soziale Klima und die weniger ausgeprägten ethnische Hemmschwellen in der Nutzung des von MigrantInnen bereit gestellten Infrastrukturangebots auf die vielfältigen und zahlreichen Interaktionsstrukturen zurück gehen.
- Das Außenimage der Stadtteile wurde in dieser Arbeit über eine inhaltsanalytische Auswertung von Zeitungsartikel eruiert. Da die Frage des Einflusses des Außenimages eines Stadtteiles auf die Handlungsperspektiven der Migrantenökonomie zwar Teil aber nicht Schwerpunkt der Arbeit war, wurde auf eine detaillierte Diskursanalyse verzichtet. Für eine Fokussierung auf die Frage, inwieweit das Stadtteilimage auf die Binnenperspektiven und Wahrnehmung der Migrantenökonomie zurückwirkt, scheint die Anwendung einer Diskursanalyse und die Berücksichtigung der Perspektiven von Politik, Stadtverwaltung und Wohnbevölkerung sinnvoll.
- Die betrachteten Fallgebiete sind auch für weitere Forschungsarbeiten von Interesse. Gerade das Gebiet um die Quellenstraße steht am Beginn von Entwicklungen, die durch den neuen Hauptbahnhof, den umliegenden Stadtentwicklungsgebieten und den Einzug neuer Nutzungen, wie in die ehemalige Ankerbrotfabrik, angestoßen werden. Damit wird der Bezirk und das Viertel zunehmend für andere soziale Milieus attraktiv. Die Auswirkung einer veränderten NutzerInnenstruktur auf die lokale Migrantenökonomie lassen Raum für zukünftige Forschungsfragen.

## 11. ZUSAMMENFASSUNG

Selbstständige UnternehmerInnen mit Migrationshintergrund, die in dieser Arbeit unter dem Begriff Migrantenökonomie zusammengefasst werden, sind wie in vielen anderen europäischen Städten auch in Wien – vor allem durch ihr konzentriertes Auftreten in bestimmten Stadtgebieten – sichtbarer und notwendiger Bestandteil lebendiger Erdgeschosszonen.

Im bisherigen sozial- und wirtschaftswissenschaftlichen Diskurs wurde der Fokus auf die Entstehungsbedingungen und die Funktionsweise der Migrantenökonomie gelegt und dafür unterschiedliche kulturalistische und

strukturalistische Erklärungsmodelle entwickelt. Neben Defiziten der einzelnen Erklärungsansätze, die zwar zur Erklärung von Teilaspekten herangezogen werden können, wurde die fehlende räumliche Kontextualisierung der Migrantenökonomie als allgemeiner Kritikpunkt formuliert. Ein räumlicher Blick ist notwendig, um auch jene die Handlungsmöglichkeiten beeinflussenden Faktoren sichtbar zu machen, die sich aus dem lokalen Kontext einer Stadt oder eines Stadtteiles ergeben.

Eine quartiersbezogene Perspektive, die sowohl auf die Einbindung der Migrantenökonomie in den Stadtteil als auch auf ihre Funktionen für den Stadtteil fokussiert, wurde in dieser Arbeit vor dem Hintergrund des Konzeptes Lokale Ökonomie bzw. lokal verankerte Ökonomie eingenommen. Unter der lokal verankerten Ökonomie wird eine lokal orientierte (z.B. stadtteilorientierte) Ökonomie verstanden, die über vielfältige Formen in den Stadtteil eingebettet ist und durch diese Einbettungsformen der Stadtteil ein Wirkungsfeld darstellt, welche ihre Entwicklungschancen beeinflusst. Die Lokale Ökonomie wird als eine Art Gegenmodell zu der am Weltmarkt orientierten Ökonomie, die häufig im Mittelpunkt der Stadtentwicklungspolitik der Städte steht, aufgefasst. Der Begriff lokal *verankerte* Ökonomie weist jedoch darauf hin, dass trotz der lokalen Orientierung der wirtschaftlichen Aktivitäten auch diese vom globalen Wirtschaftssystem und überlokalen Verbindungen weder abgekoppelt sind noch sein sollen. Verflechtungen mit anderen Stadtteilen und Regionen können schließlich über Kaufkraftzufluss und Innovationstransfers neue Perspektiven für BewohnerInnen und Gewerbetreibende benachteiligter Stadtgebiete mit sich bringen. Ziel lokalökonomischer Ansätze ist es, die Lebensqualität an einem Ort – insbesondere für ausgegrenzte Bevölkerungsgruppen – zu verbessern. In lokalökonomischen Förderstrategien muss Wirtschaften daher stärker in Bezug zum gesellschaftlichen Kontext des Stadtteils – den lokalen sozialen Bedingungen, lokalen Bedürfnissen, Problemen und Potentialen – gestellt werden. Durch diese Sozialraumorientierung unterscheiden sie sich von einer traditionellen sektorenbezogenen Wirtschaftsförderung. Innerhalb der lokal verankerten Ökonomie lassen sich verschiedene Teilbereiche unterscheiden, wobei in dieser Arbeit der unternehmensbezogene Bereich der *Stadtteilbetriebe* betrachtet wurde.

Als solche Stadtteilbetriebe lassen sich auch die häufig der Nahversorgung dienenden Kleinunternehmen der Migrantenökonomie charakterisieren. Trotz der zunehmenden Thematisierung und Anerkennung ihrer Leistungen im wissenschaftlichen Diskurs, bestehen in vielen europäischen Ländern nach wie vor strukturelle Rahmenbedingungen, durch welche MigrantInnen in der Unternehmensgründung und Unternehmensführung benachteiligt sind: sei es der durch mangelnde Diversity-Strategien beschränkte Zugang zu Service- und Interessensvertretungsstrukturen des Aufnahmelandes und einem damit verbundenen Informationsdefizit hinsichtlich Beratungs- und Fördermöglichkeiten, ein restriktiverer Zugang zu Krediten bei ausländischer Staatsbürgerschaft oder befristeten Aufenthaltstiteln bzw. die mangelnde Anerkennung von Qualifikationen. Natürlich sind MigrantInnen – je nach Aufenthaltsstatus, Aufenthaltsdauer und Migrationsbiographie – auf unterschiedliche Weise davon betroffen.

In der empirischen Analyse dieser Arbeit wurden folglich zunächst rechtliche und institutionelle Rahmenbedingungen in Wien bzw. Österreich betrachtet, die möglichen Einfluss auf die Handlungsperspektiven von selbstständigen MigrantInnen haben. Der Zugang zur selbstständigen Erwerbstätigkeit von Zuwanderern ist durch die Gewerbeordnung und aufenthaltsrechtliche Bestimmungen geregelt. Seit 2002 haben sich durch den Wegfall des Gleichstellungserfordernisses in der Gewerbeausübung und der Einführung eines Daueraufenthaltstitels, welcher langansässigen Drittstaatsangehörigen nun Aufenthaltssicherheit gewährt, die Rahmenbedingungen für gründungswillige Drittstaatsangehörige wesentlich verbessert. Eine rechtliche Hürde ist nach wie vor die mangelnde Anerkennung von im Ausland erworbenen Qualifikationen, was aufgrund der geforderten Befähigungsnachweise für reglementierte Gewerbe eine Einschränkung der Berufswahl bedeutet als auch den Zugang zur Lehrlingsausbilderqualifikation erschwert. Für Drittstaatsangehörige ohne Daueraufenthaltstitel bedeutet die Ausübung eines selbstständigen Gewerbes durch die mitunter unregelmäßigen Einkommen nach wie vor ein erhöhtes Risiko der Aufenthaltssicherheit, welche an einem ausreichenden Unterhalt gebunden ist. Politisch und institutionell zeichnet sich in Wien eine zunehmende Anerkennung der Leistungen von MigrantInnen ab, welche durch eine integrationsorientierte Diversitätspolitik und die Einrichtung der Magistratsabteilung für Integration und

Diversität (MA 17) im Jahr 2004 eingeleitet wurde. Auch die Migrantenökonomie wird dabei in ihrer Bedeutung für den internationalen Wirtschaftsstandort Wien oder für die Bereitstellung von Arbeits- und Ausbildungsplätzen hervorgehoben. Die Wirtschaftsagentur und Wirtschaftskammer Wien versuchen demnach verstärkt mit ihrem Angebot MigrantInnen anzusprechen. Andererseits wird weder das Konzept Lokale Ökonomie noch die Migrantenökonomie in ihrer Rolle als Bestandteil der Lokalen Ökonomie in stadtentwicklungspolitischen Diskussionen ausreichend aufgegriffen. Dementsprechend haben in den Instrumenten der Stadtentwicklung (Stadtentwicklungspläne, Strategieplan) weder lokalökonomische Strategien noch die Unterstützung der Migrantenökonomie intensiv Einzug gehalten. Im Vordergrund steht vielmehr die Förderung einer technologie- und forschungsrelevanten Unternehmensstruktur.

Die Bedeutung der Migrantenökonomie als Bestandteil der lokal verankerten Ökonomie wurde in dieser Arbeit thematisiert. Als Ausgangspunkt der Analyse der Migrantenökonomie zweier Stadtteile Wiens, wurden zunächst die ausgewählten Gebiete im Sinne gesellschaftlicher Räume (vgl. Läßle 1991) rekonstruiert. Vor der Annahme, dass das materiell-physische Substrat eines Raumes durch unterschiedliche gesellschaftlicher Kräfte geformt wird, wurden vier räumliche Komponenten differenziert betrachtet: das materiell-physische Substrat, die gesellschaftlichen Interaktionsstrukturen, das institutionalisierte und normative Regulationssystem sowie die symbolische Dimension. Räume werden einerseits durch gesellschaftliche Kräfte oder, wie Löw (2001) es formuliert, durch menschliches Handeln im Platzieren von sozialen Gütern und Menschen (Spacing) und durch Wahrnehmungsprozesse (Syntheseleistung) geschaffen, entfalten schließlich aber selbst strukturierende Wirkung auf Handeln. Dieser Gedanke des Wechselverhältnisses von räumlichen Strukturen und Handeln lässt sich empirisch in der Wechselwirkung des Stadtteils und der unternehmerischen Aktivität von MigrantInnen beobachten: während beispielsweise die ökonomischen Aktivitäten der MigrantInnen zum Bild des Stadtteils beitragen und dieses durch die Medien im Außenimage verfestigt wird, wirkt dieses Außenimage des Quartiers schließlich auf ihre Handlungsperspektiven wieder zurück.

Das Brunnenviertel im 16. Wiener Gemeindebezirk sowie das Gebiet um die Quellenstraße im 10. Bezirk wurden als Fallgebiete für die empirische Analyse der Migrantenökonomie herangezogen. Die hohe Konzentration der Migrantenökonomie sowie die Festlegung der Quartiere als Stadterneuerungsgebiete sind nicht die einzigen Merkmale, durch welche sich die beiden Stadtteile ähneln. Durch ihre lange Tradition als Ankunftsort für Zuwanderer, die ehemalige industrielle Prägung, eine nun durch die Bebauungsstruktur begünstigte kleinstrukturierte Wirtschaft lassen sich genauso wie in der Struktur der Wohnbevölkerung Gemeinsamkeiten feststellen. Beim Blick auf die statistischen Daten zum Bildungsniveau zeigen sich jedoch Unterschiede: die Anteile in der Wohnbevölkerung, die eine höhere Schule oder eine Hochschule absolviert haben, sind im Brunnenviertel deutlich höher. Auch vor Ort merkt man, im Gegensatz zur Quellenstraße, die stärkere Anwesenheit eines studentischen und akademischen Milieus, welches jedoch nicht nur der Wohnbevölkerung entstammt, sondern der gesamten Stadtbevölkerung, welche das Brunnenviertel als Arbeitsstandort oder in der Freizeit aufsucht. Wesentlicher Unterschied besteht darüber hinaus in der stadtentwicklungspolitischen und öffentlichen Aufmerksamkeit, die den beiden Stadtteilen entgegengebracht wird. Während das Brunnenviertel seit Ende der 1990er Jahre im Fokus strategischer Programme mit einhergehenden Förderungen stand, war das für die Quellenstraße bisher nicht der Fall. In Zukunft wird jedoch auch die Quellenstraße von anderen Entwicklungen, die durch die nahe gelegenen Stadtentwicklungsgebiete und den neuen Hauptbahnhof angestoßen werden, tangiert werden. Während weder die Quellenstraße noch die ansässige Migrantenökonomie kaum mediale Beachtung finden, steht im Zuge des positiven Imagewandels des Brunnenviertels, dieses und auch die dortige Migrantenökonomie viel mehr im Zentrum der Berichterstattung.

In der Analyse des Charakters und der Bedeutung der Migrantenökonomie als lokal verankerte Ökonomie wurde ihren lokalen Verbindungen zum Stadtteil, dem Einfluss des Stadtteils auf ihre Handlungsperspektiven und schließlich ihrem Beitrag für das Quartier nachgegangen.

Die lokale Einbindung der Unternehmen zeigt sich vorrangig über die lokalen KundInnenbeziehungen und nachbarschaftlichen Kontakte bzw. informellen, sozialen Netzwerke zu den umliegenden UnternehmerInnen. Vor

allem bei Personen derselben Herkunft weitet sich das Einzugsgebiet der KundInnen aber auch auf andere Stadtteile und über die Stadt hinaus aus. Nur zum Teil liegen die Wohnsitze der MitarbeiterInnen und UnternehmerInnen im Quartier. Da in den inhabergeführten Kleinunternehmen der Migrantenökonomie die GeschäftsbesitzerInnen ohnehin den Großteil ihrer Zeit im Geschäft verbringen, ist ihr Wohnsitz für die vorhandene Quartiersbindung nicht entscheidend. Abseits des privaten Konsums in umliegenden Geschäften, finden Geschäftsbeziehungen innerhalb des Stadtteils meist anlassbezogen statt, während die Handelsverflechtungen türkischer EinzelhändlerInnen häufig bis in die Türkei reichen.

Für die UnternehmerInnen der Quellenstraße stellen sich besonders die hohe Bevölkerungsdichte des Bezirkes und die hohe Frequenz an der Straße positiv für ihre Geschäftstätigkeit dar. Ambivalenter wird die vorherrschende lokale Nachfrage und Geschäftsstruktur bewertet. Während für die einen das niedrige Einkommensniveau der Wohnbevölkerung als Chance aufgefasst wird, da sich ihr Angebot genau an diese Gruppe richtet, bedeutet es für innovative, an kaufkraftstärkeren KundInnen orientierte UnternehmerInnen ein Hemmnis für ihre Entwicklungsperspektiven. In Bezug auf die Geschäftsstruktur wird die Konzentration des türkischen Angebots meist als Agglomerationsvorteil wahrgenommen, andererseits sehen manche in dem vorwiegend an einkommensschwachen Gruppen orientierten Geschäften den Grund dafür, dass andere NutzerInnengruppen ausbleiben. Die fehlende stadtentwicklungspolitische Aufmerksamkeit, abseits des Engagements der lokalen Gebietsbetreuung, wird von den UnternehmerInnen als mangelndes politisches und behördliches Interesse und fehlende Unterstützung wahrgenommen. Die Außenwahrnehmung der Stadtteile wirkt sich auf die Einzugsgebiete der NutzerInnen aus. Durch den Ruf als „Türkenviertel“ hat sowohl die Quellenstraße als auch das Brunnenviertel unter türkischstämmigen Personen einen weiteren Einzugsbereich. Die als „Balkanmeile“ bekannte Ottakringer Straße im Brunnenviertel machte sich vor allem unter Personen der Nachfolgestaaten Jugoslawiens einen Namen. Von dem „multikulturellen“ Brunnenviertel sehen sich wiederum andere soziale Milieus angezogen. Der Aufwertungsprozess und Imagewandel hat im Brunnenviertel auch negative Folgen mit sich gebracht: befristete Verträge, höhere Provisionen für die Geschäftslokale und steigende Mieten schränken Möglichkeitsräume für UnternehmerInnen ein. Ebenso wird die Lokalszene am Yppenplatz nicht nur als positiver Frequenzbringer bewertet. Durch das rege Treiben um die Gastgärten bleiben andere Gäste schon wieder aus.

Die hohen Anteile der Migrantenökonomie in den Erdgeschosszonen der betrachteten Stadtteile illustrieren, dass sie wesentlich zum Erhalt der lokalen Wirtschaftsstruktur und damit zum Erhalt lebendiger Stadtviertel beitragen. Das durchwegs gemischte Publikum verdeutlicht, dass sie nicht nur für bestimmte Herkunftsgruppen die Nahversorgung übernehmen. Während die einen stärker kulturell konnotierte Produkte oder Dienstleistungen anbieten, haben sich andere auf lokale Marktnischen spezialisiert. Den dem Niedrig-Preis-Segment zuzuordnenden Unternehmen, die auf die lokalen Bedarfe der ansässigen einkommensschwachen Bevölkerung abgestimmt sind, stehen solche gegenüber, die als Szenegastronomen die Bedürfnisse anderer Milieus erfüllen. Vor dem Hintergrund des wirtschaftsstrukturellen Wandels bietet die Migrantenökonomie eine Alternative zum monotonen Angebot internationaler Handelsketten und hebt sich von diesen durch persönliche Serviceleistungen hervor. Darüber hinaus übernimmt sie auch soziale Funktionen. Angesichts ihrer interkulturellen Kompetenzen dienen UnternehmerInnen mit Migrationshintergrund anderen MigrantInnen, die sich im Aufnahmeland schlechter zurecht finden, als Anlaufstelle für Informationen und Vermittlungsdienste. Durch ihren Charakter als Kleinunternehmen stellen sie ebenso Kommunikationsorte dar und werden so zum Kristallisationspunkt sozialer Netzwerke. Der Quartiersbezug der UnternehmerInnen erweist sich schließlich in Hinblick auf Engagement im Stadtteil als förderlich, wenn dieses auch durch den zeitintensiven Arbeitsalltag eingeschränkt wird. Nicht zuletzt sind es die geschaffenen Arbeits- und Ausbildungsplätze, welche die Bedeutung der Migrantenökonomie für die Stadtteilentwicklung veranschaulichen.

Die Relevanz der Unterstützung und Förderung der Migrantenökonomie aus stadtentwicklungspolitischer Sicht erschließt sich aus den vielfältigen Funktionen, welche sie als Teil der lokal verankerten Ökonomie für den Stadtteil leistet. In der empirischen Analyse der Migrantenökonomie der beiden Stadtteile zeigten sich viele Ähnlichkeiten in der Verwobenheit mit dem Stadtteil. Es wurden aber auch Unterschiede der tatsächlichen oder wahrgenommenen lokalen Einflussfaktoren erkennbar, welche die Handlungsperspektiven der UnternehmerInnen beeinflussen. Daraus

lässt sich die Notwendigkeit einer quartiersbezogenen Perspektive in der Unterstützung der Migrantenökonomie ableiten, sowohl im Interesse der UnternehmerInnen als auch im Interesse der Stadt, die dadurch vorhandene Potentiale besser nutzen kann. Neben lokalen Faktoren werden auch durch rechtliche und institutionelle Rahmenbedingungen Möglichkeiten und Einschränkungen geschaffen. Vor allem die rechtliche Anpassung an neue gesellschaftliche Gegebenheiten, wie eine erleichterte Anerkennung von Bildungsabschlüssen aus dem Ausland oder die Anerkennung neuer Berufsbilder, scheint dringend notwendig.

## QUELLENVERZEICHNIS

### Literatur

ALTENEDER, Wolfgang/WAGNER-PINTER, Michael (2013): Ethnische Ökonomien in Wien. Ergebnisse im Überblick. Synthesis Forschung, Wien (*Studie im Auftrag der Wirtschaftsagentur Wien*)

ANTALOVSKY, Eugen/ BARTIK, Herbert/ WOLFFHARDT, Alexander (2009): Gesamtfassung des ersten Wiener Diversitätsmonitors 2009, Wien.

BARRETT, Giles/ MC EVOY, David (2006): The Evolution of Manchester´s Curry Mile. From Suburban Shopping Street to Ethnic Destination. In: Kaplan, David/ Li, Wei: Landscapes of the Ethnic Economy, Lanham, S. 193 – 207

BARTIK, Herbert/ HERZOG, Siegrun/ PERCHINIG, Bernhard/ WOLFFHARDT, Alexander (2009): Neue Sichtbarkeit von MigrantInnen und veränderte städtische Identität. Die Entwicklung des Brunnenviertels vom Problemgebiet zur Trendzone. Europaforum Wien.

BAUBÖCK, Rainer (2001): Ethnic Business – Einwanderer als Unternehmer. In: Volf, Partrik/ Bauböck, Rainer: Wege zur Integration. Was man gegen Diskriminierung und Fremdenfeindlichkeit tun kann. Drava-Verlag, Klagenfurt, S. 71 – 90

BERGMANN, Malte/ LANGE, Bastian (Hg.) (2011): Eigensinnige Geographien. Städtische Raumanweisungen als Ausdruck gesellschaftlicher Teilhabe. VS-Verlag, Wiesbaden

BIRKHÖLZER, Karl (2000): Formen und Reichweite lokaler Ökonomien. In: Ihmig, Harald: Wochenmarkt und Weltmarkt. Kommunale Alternativen zum globalen Kapital, Bielefeld. Kleine Verlag

BONACICH, Edna (1987): „Making it“ in America. A Social Evaluation of the Ethnics of Immigrant Entrepreneurship. Sociological Perspectives 30, S. 446-466

BONACICH, Edna/ MODELL, John (1980): The Economic Basis of Ethnic Solidarity: Small Business in the Japanese-American Community. University of California Press, Berkeley

BOOS-KRÜGER, Annegret (2004): Die Einbeziehung von Migrantenökonomien in Strategien stadtteilorientierter Wirtschaftsförderung. In: Regiestelle E&C der Stiftung SPI (Hg.): Lokale Ökonomie als Integrationsfaktor für junge Menschen in sozialen Brennpunkten. Dokumentation der Zielgruppenkonferenz für QuartiersmanagerInnen, Berlin, S. 27- 33

BRACHFELD, Oliver (1976): Image. In: Ritter, Joachim (Hg.): Historisches Wörterbuch der Philosophie, Basel

BUKOW, Wolf-Dietrich (1993): Leben in der multikulturellen Gesellschaft. Die Entstehung kleiner Unternehmer und der Umgang mit ethnischen Minderheiten. Opladen

CRAMER, Cathy (2001): Lokale Ökonomie. Eine zentrale Strategie für die soziale Stadt. In: DIFU (Deutsches Institut für Urbanistik): Lokale Ökonomie – eine Strategie für die soziale Stadt. Soziale Stadt, Info Nr.5, Juni 2001, S. 2 – 7

DABRINGER, Maria (2009): Konsumieren in lokal-globalen Kontexten. Zur Verortung eines sozialen Phänomens. In: SWS-Rundschau, 49.Jg., Heft 1, 2009, S. 6 – 28

Deutsches Institut für Urbanistik (DIFU) (2006): Lokale Ökonomien in benachteiligten Stadtteilen – ein Blick in fünf europäische Länder. Soziale Stadt, Info Nr.19, August 2006

ENZENHOFER, Edith/ KESSLER, Irene / LECHNER, Ferdinand et.al. (Hg.) 2007: Ethnische Ökonomien. Bestand und Chancen für Wien. Endbericht. L&R Sozialforschung (*Studie im Auftrag von MA17, MA27, MA18 und der Wirtschaftskammer Wien*)

ELSEN, Susanne (2004): Wirtschaftsförderung – Gemeinwesenökonomie - Soziale Ökonomie. Gleiche Ziele – verschiedene Handlungsansätze Lokaler Ökonomie? In: Regiestelle E&C der Stiftung SPI (Hg.): Lokale Ökonomie als Integrationsfaktor für junge Menschen in sozialen Brennpunkten. Dokumentation der Zielgruppenkonferenz für QuartiersmanagerInnen, Berlin, S. 6 – 16

- ESCHENLOR, Harald (2004): Wien – Favoriten. Sutton Verlag GmbH, Erfurt
- EVERTS, Jonathan (2008): Konsum und Multikulturalität im Stadtteil. Eine sozialgeographische Analyse migrantengeführter Lebensmittelgeschäfte. Transcript Verlag, Bielefeld.
- EVERTS, Jonathan (2009): Soziale Praktiken im multikulturellen Alltag. Bedeutungen migrantengeführter Lebensmittelgeschäfte. In: Glaser, Rüdiger et.al: Berichte zur deutschen Landeskunde, Bd. 83., H.3., Deutsche Akademie für Landeskunde e.V., Leipzig, S. 281 – 296
- ENZENHOFER, Edith/ KESSLER, Irene / LECHNER, Ferdinand et.al. (Hg.) 2007: Ethnische Ökonomien. Bestand und Chancen für Wien. Endbericht. L&R Sozialforschung (*Studie im Auftrag von MA17, MA27, MA18 und der Wirtschaftskammer Wien*)
- FASSMANN, Heinz/ MÜNZ, Rainer (1995): Einwanderungsland Österreich? Historische Migrationsmuster, aktuelle Trends und politische Maßnahmen. Wien, Dachs-Verlag
- FRANKE Thomas/ STRAUSS, Wolf-Christian/ REIMANN, Bettina (2006): Lokale Ökonomie in benachteiligten Stadtteilen. In: DIFU: Lokale Ökonomien in benachteiligten Stadtteilen – ein Blick in fünf europäische Länder. Soziale Stadt, Info Nr.19, August 2006, S. 3 – 5
- FISCHER-KRAPHOL, Yvonne (2007): Ethnische Ökonomie im theoretischen Diskurs – Unternehmen von MigrantInnen zwischen Ethnisierung und Integration. In: Fischer-Kraphol, Yvonne/ Waltz, Viktoria (Hg.): Raum und Migration. Differenz anerkennen – Vielfalt planen – Potenziale nutzen. Blaue Reihe. Dortmunder Beiträge zur Raumplanung 128, S.199 – 221
- FLOETING, Holger (2009): Selbstständigkeit von Migranten und informelle Netzwerke als Ressource für die Stadtentwicklung. In: Yildiz, Erol/ Mattausch, Birgit (Hg.): Urban Recycling. Migration als Großstadt-Ressource. Birkhäuser-Verlag, S.53 – 63
- GEBIETSBETREUUNG STADTERNEUERUNG 10.Bezirk - GB\*10 (2014): Die Quellenstraße. Datenerhebung und Potentialerhebung. Bericht - Rohfassung
- GESTRING, Norbert/ JANSSEN, Andrea (2014): Stadtraumanalysen aus stadtsoziologischer Sicht. In: Riege, Mario/ Schubert, Herbert (Hg.): Sozialraumanalyse. Grundlagen, Methoden, Praxis. Wiesbaden, 4.Auflage, Verlag für Sozialwissenschaften, S. 159 – 174
- GIDDENS, Anthony (1988): Die Konstitution der Gesellschaft. Grundzüge einer Theorie der Strukturierung. Frankfurt am Main/New York
- GIFFINGER, Rudolf/ WIMMER, Hannes 2002: Segregation von ausländischer Wohnbevölkerung als Barriere der sozialen Integration? In: Fassmann, Heinz/ Kohlbacher, Josef/ Reeger, Ursula (Hg.): Zuwanderung und Segregation. Europäische Metropolen im Vergleich, Klagenfurt, S. 209-233
- GOLDBERG, Andreas/ ŞEN, Faruk (1997): Türkische Unternehmer in Deutschland. Wirtschaftliche Aktivitäten einer Einwanderungsgesellschaft in einem komplexen Wirtschaftssystem. In: Häußermann, Harmut/ Oswald, Ingrid: Zuwanderung und Stadtentwicklung. Westdeutscher Verlag, Opladen/Wiesbaden, S.63-84
- GRABOW, Busso/ HENCKEL, Dietrich/ HOLLBACH-GRÖMIG, Beate (1995): Weiche Standortfaktoren, Deutscher Gemeindeverlag, Stuttgart
- HABERFELLNER, Regina/ Betz, Fritz/ Böse, Martina/ Riegler, Johanna (2000a): "Ethnic Business". Integration vs. Segregation. Endbericht ZSI
- HABERFELLNER, Regina (2000b): Ethnische Ökonomien als Forschungsgegenstand der Sozialwissenschaften. In: SWS-Rundschau (40jg.), Heft 1, S.43-61
- HABERFELLNER, Regina/ KOLDAS, Ayhan (2004): Chancen und Grenzen der Nische. Immigranten als Unternehmer in Wien. In: Fassmann, Heinz/ Kohlbacher, Josef/ Reeger, Ursula (Hg.): Zuwanderung und Segregation. Europäische Metropolen im Vergleich, Klagenfurt, S.257-283
- HABERFELLNER, Regina 2012: Ethnische Ökonomien als (potenzielle) Arbeitgeberbetriebe. AMS Report 82/83

- HÄUSSERMANN, Hartmut/ OSWALD, Ingrid (1997): Zuwanderung und Stadtentwicklung. Westdt.-Verlag. Opladen
- HATZ, Gerhard (1997): Die Märkte als Chance für Ausländer – Ausländer als Chance für die Märkte. In: Häußermann, Hartmut/ Oswald, Ingrid (Hg.): Zuwanderung und Stadtentwicklung, Leviathan – Zeitschrift für Sozialwissenschaften, Sonderheft 17/1997
- HATZ, Gerhard/ SCHWARZENECKER, Roman (2009): Orte des Konsums. Markplätze, Geschäftsstraßen und Shopping Malls. In: Fassmann, Heinz/ Hatz Gerhard/ Matznetter, Walter (Hg.): Wien- Städtebauliche Strukturen und gesellschaftliche Entwicklungen. Böhlau Verlag, Wien, S. 271 – 299
- HEITMEYER, Wilhelm (1998): Die Krise der Städte: Analysen zu den Folgen desintegrativer Stadtentwicklung für das ethnisch-kulturelle Zusammenleben. Suhrkamp. Frankfurt am Main.
- HELFFERICH, Cornelia (2011): Die Qualität qualitativer Daten. Manual für die Durchführung qualitativer Interviews. VS-Verlag, 4.Auflage, Wiesbaden
- HILLMANN, Felicitas/ SOMMER, Elena (2011): Döner und Bulette revisited oder: was man über migrantische Ökonomien genau wissen kann. In: Hillmann, Felicitas (Hg.): Marginale Urbanität: migrantisches Unternehmertum und Stadtentwicklung. Transcript-Verlag, Bielefeld, S. 23-86
- HINTERMANN, Christiane (2009): Zuwanderung nach Wien. In: Fassmann, Heinz/ Hatz Gerhard/ Matznetter, Walter (Hg.): Wien- Städtebauliche Strukturen und gesellschaftliche Entwicklungen. Böhlau Verlag, Wien, S. 219 - 230
- HOLZINGER, Elisabeth (2007): Raum verloren, Räume gewonnen – Veränderungstendenzen der räumlichen Organisation der Gesellschaft. In: Dangschat, Jens/ Hamedinger, Alexander (Hg.): Lebensstile, soziale Lagen und Siedlungsstrukturen. Forschungs- und Sitzungsberichte der Akademie für Raumforschung und Landesplanung, Band 230, Hannover, S. 51 – 70
- IFG (Interdisziplinäre Forschungsgruppe) Lokale Ökonomie (1993): Lokale Ökonomie. Exploration und Evaluierung lokaler Strategien in Krisenregionen. Abschlussbericht des interdisziplinären Forschungsprojekts 22/7, Technische Universität Berlin 1993
- IPSEN, Detlev (1986): Raumbilder. Zum Verhältnis des ökonomischen und kulturellen Raumes. Informationen zur Raumentwicklung, Heft 11/12, 1986, S. 921 – 931
- JOOST, Angela (2007): Integrationspolitik in Wien. In: Becker, Jens/ Joost, Angela et. al. (Hg.) Lernende Metropolen : Arbeitsmarkt- und Integrationspolitik in Berlin, Budapest, Warschau und Wien im Vergleich, S. 67 - 114
- JP Immobilien (2012): Der Grätzlerbericht. Vom Arsenal bis zum Yppenplatz. Ausgabe 1, Herbst 2012
- KAUTT, York (2008): Image. Zur Genealogie eines Kommunikationscodes der Massenmedien. Transcript-Verlag, Bielefeld
- KÄFER, Andreas/ GSTIR, Veronika (2012): Zielgebiet Gürtel. Wiens größtes Bürgerbeteiligungsverfahren 2002-2007. Die Verwirklichung der Projekte 2007-2010. Werkstattbericht Nr.122 im Auftrag der MA 21A. Wien
- KESSEL, Fabian/ REUTLINGER, Christian (2010): Sozialraum. Eine Einführung. Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, 2.Auflage
- KLEINING, Gerhard (1961): Über soziales Image. Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Sonderheft 5, S. 145 – 170
- KLOOSTERMAN, Robert (2010): Matching opportunities with resources. A framework for analyzing (migrant) entrepreneurship from a mixed embeddedness perspective. Entrepreneurship & Regional Development: An International Journal, 22:1, 25-45
- KLUSACEK, Christine/ STIMMER, Kurt (2004): Favoriten. Zwischen gestern und morgen. Mohl Verlag, Wien
- KNOX, Paul L./ MARSTON, Sallie A. (2008): Humangeographie. 4.Auflage, Spektrum – Akademischer Verlag Heidelberg

- KOHLBACHER, Josef/ REEGER, Ursula (2002): Zuwanderung und Segregation in Wien. In: Fassmann, Heinz/ Kohlbacher, Josef/ Reeger, Ursula (Hg.): Zuwanderung und Segregation. Europäische Metropolen im Vergleich, Klagenfurt, S. 181-197
- KRASNY, Elke (2011): Ottakringer Straße\_Balkanmeile. Lokale Identitäten und globale Transformationsprozesse. In: DIKA, Antonia/ JEITTLER, Barbarar/ KRASNY, Elke/ ŠIRBEGOVIC, Amila (2011): Balkanmeile Ottakringer Straße : 24 Stunde. Lokale Identitäten und globale Transformationsprozesse. Ein Reiseführer aus Wien. Wien, Turia+Kant
- KRECKEL, Reinhard (1992): Politische Soziologie der sozialen Ungleichheit. Frankfurt am Main/New York
- KRONAUER, Martin (2004): Sozialökonomische und sozialräumlich Ausgrenzung in der Stadt. In: Hanesch, Walter/ Kürger Conrad, Kirsten (Hg.): Lokale Beschäftigung und Ökonomie. Herausforderung für die "Soziale Stadt". Wiesbaden
- LEICHT, René/ LANGHAUSER, Marc (2014): Ökonomische Bedeutung und Leistungspotenziale von Migrantenunternehmen in Deutschland. Studie im Auftrag der Abteilung Wirtschafts- und Sozialpolitik, Friedrich Ebert Stiftung, Bonn
- LÄPPLE, Dieter (1991): Gesellschaftszentriertes Raumkonzept. Zur Überwindung von mathematisch-physikalischen Raumauffassungen in der Gesellschaftsanalyse. In: Wentz, Martin (Hg.): Stadt-Räume. Campus Verlag, Frankfurt/New York, S. 36 – 46
- LÄPPLE, Dieter (1992): Essay über den Raum. In: Häußermann, Hartmut/ Ipsen, Detlev et. al. (Hg.): Stadt und Raum. Soziologische Analysen. Centaurus-Verlagsgesellschaft, 2.Auflage, S. 157 – 209
- LÄPPLE, Dieter (2005): Lokale Ökonomie. In: Akademie für Raumforschung und Landesplanung (ARL): Handwörterbuch der Raumordnung, Hannover, ARL, S. 616 – 619
- LÄPPLE, Dieter/ WALTER, Gerd (2003): Lokale Ökonomie und soziale Stadt. In: StadtBauwelt, Nr. 157, Themenheft Soziale Stadt, S. 24 – 33
- LÄPPLE, Dieter (2004): Entwicklungsperspektiven von Stadtregionen und ihren lokalen Ökonomien. In: Hanisch, Walter/ Krüger-Conrad, Kirsten (Hg.): Lokale Beschäftigung und Ökonomie. Herausforderung für die "Soziale Stadt". Wiesbaden, S. 95 – 118
- LÄPPLE, Dieter/WALTER, Gerd (2007): Stadtquartiere und gesellschaftliche Integrationsmuster. In: Dangschat, Jens/ Hamedinger, Alexander (Hg.): Lebensstile, soziale Lagen und Siedlungsstrukturen, Akademie für Raumforschung und Landesplanung, Hannover, S. 111-138
- LÄPPLE, Dieter (2013): Produktion zurück in die Stadt? In: KRONAUER, Martin/ SIEBEL, Walter: Polariserte Städte. Soziale Ungleichheit als Herausforderung für die Stadtpolitik, Campus Verlag, Frankfurt, S. 129-150
- LIGHT, Ivan/ ROSENSTEIN, Carolyn (1995): Race, Ethnicity and Entrepreneurship in Urban America. New York
- LIN, Jan (1998): Globalization and the revalorizing of ethnic places in immigration gateway cities. In: Urban Affairs Review, 34, S. 313 – 339
- LÖW, Martina (2001): Raumsoziologie. Suhrkamp Taschenbuch, Frankfurt am Main
- MAYRING, Philipp (2010): Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken. Beltz Verlag, Weinheim und Basel
- MEUSER, Michael/ NAGEL, Ulrike (1991): ExpertInneninterviews – vielfach erprobt, wenig bedacht. Ein Beitrag zur qualitativen Methodendiskussion. In: Garz, Detlef/ Krämer, Klaus (Hg.): Qualitativ-empirische Sozialforschung. Konzepte, Methoden, Analysen. Westdeutscher Verlag
- NUISSEL, Henning/ SCHMIZ, Antonie (2013): Migration als Potenzial der kommunalen Entwicklung – Lokale Ansätze zur Unterstützung von ökonomischen Akteuren mit Migrationshintergrund. Raumforschung/Raumordnung 71, S. 181 – 193, Springer Verlag, Berlin
- Österreichische Gesellschaft für Marketing (OGM) (2009): Reale Kaufkraft 2008. Einkommen unter Berücksichtigung des regionalen Preisniveaus. Österreich. Bundesländer und Bezirke.

- PARZER, Michael/ Czingon, Claudia (2013): Break-Out im türkischen Lebensmittelhandel. Neue Perspektiven auf die soziale Einbettung migrantischer Ökonomien. In: Österreichische Zeitschrift für Soziologie, 38, S. 55 – 75
- PERCHINIG, Bernhard (2010): Migration, Integration und Staatsbürgerschaft. Was taugen die Begriffe noch? In: Langthaler, Herbert (Hg.): Integration in Österreich. Sozialwissenschaftliche Befunde, Innsbruck, Studienverlag, S.13 – 33
- PERCHINIG, Bernhard/ TROGER, Tobias (2011): Migrationshintergrund als Differenzkategorie. Vom notwendigen Konflikt zwischen Theorie und Empirie in der Migrationsforschung. In: Polak, Regina (Hg.): Zukunft. Werte. Europa. Die europäische Wertestudie 1990-2010. Österreich im Vergleich, Wien, Böhlau, S. 283 - 319
- PÜTZ, Robert (2009): Perspektiven der „Transkulturalität als Praxis“. Unternehmer türkischer Herkunft in Berlin. In: Yildiz, Erol/ Mattausch, Birgit (Hg.): Urban Recycling. Migration als Großstadt-Ressource. Birkhäuser-Verlag, S. 63 - 82
- PÜTZ, Robert (2003): Kultur und unternehmerisches Handeln. Perspektiven der „Transkulturalität als Praxis“. In: Petermanns Geographische Mitteilungen, 147, 2003/2. Gotha
- RATH, Jan / KLOOSTERMAN, Robert (2000): Outsiders' Business. A critical review of research on immigrant entrepreneurship. International Migration Review, Vol.34, Nr.3, S. 657-681
- RATH, Jan (2000): Introduction: Immigrant Business and their Economic, Political and Social environment. In: Rath, Jan (Hg.): Immigrant Business. The economic, political and social environment. Macmillan Press, S. 1-19
- REIMANN, Bettina (2005): Integration von Migrantinnen und Migranten im Stadtteil. In: DIFU: Schwerpunkt Integration von Migrantinnen und Migranten, Soziale Stadt Info Nr. 17, September 2005, S. 2 – 8
- REKERS, Ans/ VAN KEMPEN, Ronald (2000): Location Matters. Ethnic entrepreneurs and the spatial context. In: Rath, Jan (Hg.): Immigrant Business. The economic, political and social environment. Macmillan Press, S. 54-69
- RHODE, Philipp/ WANSCHURA, Bettina/ KUBESCH, Christian (2010): Kunst macht Stadt. Vier Fallstudien zur Interaktion von Kunst und Stadtquartier. 2.Auflage, VS Research, Wiesbaden
- SCHMATZ, Susi/ WETZEL, Petra (2014): Migrantische Ökonomien in Wien. Arbeiterkammer Wien
- SCHMIDT, Dorothea (2000): Unternehmertum und Ethnizität – ein seltsames Paar. PROKLA – Zeitschrift für kritische Sozialwissenschaft, Vol. 120, Nr.3: 353 – 363
- SCHMID, Kurt/ MANDL, Irene/ DORR, Andrea et.al. (Hg.) (2006): Entrepreneurship von Personen mit Migrationshintergrund. Endbericht. (Studie im Auftrag des AMS)
- SCHROER, Markus (2006): Räume, Grenzen, Orte. Auf dem Weg zu einer Soziologie des Raums. Suhrkamp Taschenbuch, Frankfurt am Main
- SCHULERI-HARTJE, Ulla-Kristina/ FLOETING, Holger/ REIMANN, Bettina 2005: Ethnische Ökonomie. Integrationsfaktor und Integrationsmaßstab. Schader-Stiftung/Deutsches Institut für Urbanistik. Darmstadt/Berlin
- SEGERT, Astrid (2010): Raus aus der Nische? Ethnische Ökonomien im Wandel. Projektbericht. IHS Wien (Studie im Auftrag der Wirtschaftskammer Wien)
- STADTLAND (2012): Sozialraumbeobachtung. In Stadt Wien – MA21A: Ottakringer Straße Neu. Ein erfolgreicher Beteiligungsprozess, Wien.
- STADT WIEN – MA 17 (2012) : Integrations- und Diversitätsmonitor der Stadt Wien 2009-2011, Wien
- STADT WIEN – MA 18 (Hg.) (2000): Rahmenplanung Yppenplatz, Werkstattbericht Nr. 27, Wien.
- STADT WIEN – MA18 (2004): Strategieplan Wien 2004.

STADT WIEN – MA18 (2005): Stadtentwicklungsplan Wien 2005.

STADT WIEN – MA18 (2014): Stadtentwicklungsplan Wien 2025.

STOCK, Miriam (2012): Die Imbiss Avantgarde. Arabische Unternehmer und urbane Aufwertungsprozesse in Berlin. In: Dabringer, Maria/ Trupp, Alexander: Wirtschaften mit Migrationshintergrund. Zur soziokulturellen Bedeutung "ethnischer" Ökonomien in urbanen Räumen. Studien-Verlag. Innsbruck-Wien-Bozen, S. 15 – 29

TADLER, Johanna/ BREITFUSS, Andrea/ GLANZER, Michaela (2004): Evaluierung des Projektes „Aufwertung des Brunnenviertels“ im 16. Bezirk. In: Stadt Wien – MA 21A: Aufwertung des Brunnenviertels. Werkstattbericht Nr. 67

TIMM, Elisabeth (2000): Kritik der „ethnischen Ökonomie“. PROKLA – Zeitschrift für kritische Sozialwissenschaft, Vol. 120, Nr.3: 363 – 377

WAGNER, Alexander (2012): Von Gemüsehandel bis Hightech. Vielfalt und Potenzial der Migrantenökonomie. In: Ministerium für Bauen, Wohnen, Stadtentwicklung und Verkehr NRW: Lokale Ökonomien in Nordrhein-Westfalen, Düsseldorf, S. 22 - 27

WALDINGER, Roger/ ALDRICH, Howard/ WARD, Robin (1990): Opportunities, Group characteristics and Strategies. In: (ebd.) Immigrant Business in Industrial Societies. Sage Publications, S. 13-48

WALTER, Gerd (2004): Perspektiven lokaler Beschäftigung in benachteiligten Stadtteilen. In: Regiestelle E&C der Stiftung SPI (Hg.): Lokale Ökonomie als Integrationsfaktor für junge Menschen in sozialen Brennpunkten. Dokumentation der Zielgruppenkonferenz für QuartiersmanagerInnen, Berlin, S. 56 – 62

WECK, Sabine (2005): Quartiersökonomie im Spiegel unterschiedlicher Diskurse – Standpunkte und theoretische Grundlagen zur Revitalisierung erneuerungsbedürftiger Stadtteile. Dortmunder Beiträge zur Raumplanung 124. Dortmund. IRPUD Blaue Reihe

WERLEN, Benno (2008): Sozialgeographie. Eine Einführung. 3. Auflage, Haupt Verlag

ZIMMERMANN, Klaus (1975): Zur Imageplanung von Städten. Untersuchungen zu einem Teilgebiet kommunaler Entwicklungsplanung. Peter-Hanstein Verlag, Köln

## Internetquellen

Bezirksmuseum: Entwicklung des Bezirkes, abgerufen unter:

<http://www.bezirksmuseum.at/default/index.php?id=923&L=0%3Fid%3D192%3Fid%3D49%3Fid%3D171%3Fid%3D352%3Fid%3D365>, am 14.11.2014

Brunnenpassage, o.A.: Kunst für alle!, abgerufen unter: <http://www.brunnenpassage.at/ueber-uns/kunst-fuer-alle/>, am 20.1.2015

Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt- und Wasserwirtschaft BMLFUW (2013): UN Umwelt- und Entwicklungskonferenzen, abgerufen unter: <https://www.nachhaltigkeit.at/la21/international/un-umwelt-und-entwicklungskonferenzen>, am 16.2.2014

Bundesministerium für Inneres BMI (2014): Niederlassung und Aufenthalt, abgerufen unter: [http://www.bmi.gv.at/cms/BMI\\_Niederlassung/start.aspx#t\\_Aufenthaltstitel](http://www.bmi.gv.at/cms/BMI_Niederlassung/start.aspx#t_Aufenthaltstitel), am 21.10.2014

Gebietsbetreuung Stadterneuerung (GB\*): Sanfte Stadterneuerung. Die GB\* im Einsatz, abgerufen unter: <http://www.gbstern.at/ueber-die-gb/taetigkeitsbereiche/>, am 25.11.2014

Gebietsbetreuung Stadterneuerung 16 – GB\*16: Einfach gelungen! Neugestaltung Ottakringer Straße“, abgerufen unter: <http://www.gbstern.at/projekte-und-aktivitaeten/stadtnutzen/neugestaltung-ottakringer-strasse/>, am 16.1.2015

Gebietsbetreuung Stadterneuerung 16 – GB\*16 (2011): Presstext Reisebüro Ottakringer Straße, abgerufen unter <http://www.gbstern.at/ueber-die-gb/presse/archiv-2011/reisebuero-ottakringer-strasse/>, am 16.1.2015

Lokale Agenda 21 Favoriten (2014): Protokoll der Projektwerkstatt der Agenda Favoriten, abgerufen unter <http://la21wien.at/die-la-21-bezirke/10-bezirk/aktuelles/a1014-protokoll-projektwerkstatt-140116-mit-anhangneu.pdf>, am 16.2.2015

Real Corp Tagungsband. Abgerufen unter: [http://www.corp.at/archive/CORP2010\\_236.pdf](http://www.corp.at/archive/CORP2010_236.pdf), am 2.11.2014

Regionales Wirtschaftsservice – RWS (o.A.): Regionales Wirtschaftsservice, abgerufen unter <https://www.personalfinder.at/website.php?content=34>, am 27.10.2014

SCHÄFER, Edwin: „Wertschöpfung durch Wertschätzung“. Die Arbeit des Diversity-Referats der WK Wien. Abgerufen unter: <http://www.b2bdiversityday.at/download/wkw.pdf>, am 28.10.2014

SMETANA, Kurt (2010): Stadtentwicklung versus Lifestyle – zur steigenden Prosperität des Brunnenviertels in Wien Ottakring.

SOHO in Ottakring, abgerufen unter: <http://www.sohoinottakring.at>, am 20.1.2015

SVW – Sozialdemokratischer Wirtschaftsverband, abgerufen unter <http://www.swv.org/news/archiv/bks-referat-konstituiert-sich/>, am 27.2.2015

SPACE LAB. Abgerufen unter: <http://www.spacelab.cc>, am 27.11.2014

STADT WIEN: Brunnenmarkt, abgerufen unter: <https://www.wien.gv.at/freizeit/einkaufen/maerkte/lebensmittel/brunnenmarkt.html>, am 14.1.2015

STADT WIEN (2014): Definitionen zur Bevölkerungsstatistik, abgerufen unter: <http://www.wien.gv.at/statistik/bevoelkerung/bevoelkerungsstand/definitionen.html>, am 24.11.2017

STADT Wien - MA 23 (2014): <https://open.wien.at/site/datensatz/?id=269f3c91-87a9-46ee-8557-d18e216cc4d1>, abgerufen am 17.10.2014

STADT WIEN – MA 23 (o.A.) : Bevölkerung in Wien: Migrationshintergrund – Geschlecht – Zählbezirk, abgerufen unter: <https://open.wien.gv.at/site/datensatz/?id=269f3c91-87a9-46ee-8557-d18e216cc4d1>, am 15.10.2014

STADT WIEN - MA 17a (o.A.): Leitlinien der Wiener Integrations- und Diversitätspolitik, abgerufen unter: <https://www.wien.gv.at/menschen/integration/pdf/integrationsleitlinien.pdf>, 25.10.2014

STADT WIEN – MA 17b (o.A.): Regionalstellen – Interkulturelle Arbeit vor Ort, abgerufen unter: <https://www.wien.gv.at/menschen/integration/projektarbeit/regionalstellen/>, am 25.10.2014

STADT WIEN – MA 17c (o.A.): Das Wiener Integrationskonzept, abgerufen unter: <https://www.wien.gv.at/menschen/integration/grundlagen/integrationskonzept/>, am 23.10.2014

STADT Wien – MA 63 (o.A.): Zuständige Behörde für Gewerbebeanmeldungen, abgerufen unter: <https://www.wien.gv.at/wirtschaft/gewerbe/gewerbeverfahren/zustaendigkeit.html>, am 25.10.2014

STADT Wien – MA 59 (o.A.): Leistungsbericht 2013 des Markamtes, abgerufen unter: <https://www.wien.gv.at/statistik/leistungsbericht/ma59.html>, am 25.10.2014

STATISTIK AUSTRIA (2011): Registerzählung 2011, abgerufen unter [http://statcube.at/statistik.at/ext/superweb/loadDatabase.do?db=dereg\\_zrpers](http://statcube.at/statistik.at/ext/superweb/loadDatabase.do?db=dereg_zrpers), am 17.10.2014

STATISTIK AUSTRIA (2011), abgerufen unter <http://www.statistik.at/blickgem/rg8/g90001.pdf>, am 15.1.2015

STATISTIK AUSTRIA: Statistik des Bevölkerungsstandes, abgerufen am 17.7.2014

UNHCR (o.A.): <http://www.unhcr.at/unhcr/in-oesterreich/fluechtlingsland-oesterreich.html>, abgerufen am 14.10.2014

WAFF (2013): Territorialer Beschäftigungspakt Wien, abgerufen unter:  
[http://www.waff.at/html/index.aspx?page\\_url=Territorialer\\_Beschäftigungspakt&mid=361](http://www.waff.at/html/index.aspx?page_url=Territorialer_Beschäftigungspakt&mid=361), am 28.10.2014

WIENER EINKAUFSSTRASSEN, abgerufen unter: <http://www.einkaufsstrassen.at>, am 28.10.2014

WIEN TOURISMUS: Yppenplatz und Brunnenmarkt, abgerufen unter: <http://www.wien.info/de/einkaufen-essen-trinken/maerkte/yppenplatz-lokalszene>, am 30.1.2015

WIRTSCHAFTSAGENTUR WIEN: Wirtschaftsförderung in Wien, abgerufen unter:  
[http://www.wirtschaftsagentur.at/wirtschaftsagentur\\_wien/ueber\\_uns/](http://www.wirtschaftsagentur.at/wirtschaftsagentur_wien/ueber_uns/), am 27.10.2014

WIRTSCHAFTSAGENTUR WIEN b: Grätzelmanagement. Projekte und Initiativen zur strukturellen Gebietsverbesserung, abgerufen unter: <https://www.mingo.at/de/services/graetzelmanagement>, am 27.10.2014

WIRTSCHAFTSKAMMER - WKO (2014): Aufenthaltstitel für Selbstständige, abgerufen unter:  
[https://www.wko.at/Content.Node/Service/Wirtschaftsrecht-und-Gewerberecht/Verwaltungs--und-Verfassungsrecht/Verwaltungsrecht-allgemein/Aufenthaltstitel\\_fuer\\_Selbstaendige.html](https://www.wko.at/Content.Node/Service/Wirtschaftsrecht-und-Gewerberecht/Verwaltungs--und-Verfassungsrecht/Verwaltungsrecht-allgemein/Aufenthaltstitel_fuer_Selbstaendige.html), am 21.10. 2014

WIRTSCHAFTSKAMMER ÖSTERREICH – WKO (2014b): Die Wirtschaftskammern Österreichs – „Unsere Aufgaben“, abgerufen unter: [https://www.wko.at/Content.Node/wir/oe/Die\\_Wirtschaftskammern\\_Oesterreichs\\_-\\_Unsere\\_Aufgaben\\_.html](https://www.wko.at/Content.Node/wir/oe/Die_Wirtschaftskammern_Oesterreichs_-_Unsere_Aufgaben_.html), am 28.10.2014

WIRTSCHAFTSKAMMER WIEN WKO (2015): Urbanitätsoffensive Hauptbahnhof Umfeld, abgerufen unter:  
[https://www.wko.at/Content.Node/Service/Verkehr-und-Betriebsstandort/Betriebsstandort/w/Urbanitaetsoffensive\\_Hauptbahnhof\\_Umfeld.html#Links](https://www.wko.at/Content.Node/Service/Verkehr-und-Betriebsstandort/Betriebsstandort/w/Urbanitaetsoffensive_Hauptbahnhof_Umfeld.html#Links), am 17.2.2015

## **Presseartikel**

Der Falter 10/2012: Die gefährlichste Straße der Stadt, abgerufen unter: <http://www.falter.at/best-of-vienna/2012/10/die-gefaehrlichste-strasse-der-stadt/>, am 22.1.2015

Der Standard 12.11.2009: Kulinarik und Kultur statt Krawall und Kriminalität, abgerufen unter:  
<http://derstandard.at/1256744594997/Ottakringer-Strasse-Kulinarik-und-Kultur-statt-Krawall-und-Kriminalitaet>, am 22.1.2015

Der Standard 26.1.2009: Kick it like Radovan, abgerufen unter: <http://derstandard.at/1231152197180/Kick-it-like-Radovan>, am 20.1.2015

Der Standard 3.11.2014: Bald drittgrößte „Stadt“ Österreichs kämpft um ihren Ruf, abgerufen unter:  
<http://derstandard.at/2000007610642/Bald-drittgroesste-Stadt-Oesterreichs-kaempft-um-ihren-Ruf>, am 18.2.2015

Die Krone, 29.6.2010: Brunnenviertel in Ottakring erstrahlt in neuem Glanz, abgerufen unter:  
[http://www.krone.at/Nachrichten/Brunnenviertel\\_in\\_Ottakring\\_erstrahlt\\_in\\_neuem\\_Glanz-Urlaubsflair-StoryDrucken-207440](http://www.krone.at/Nachrichten/Brunnenviertel_in_Ottakring_erstrahlt_in_neuem_Glanz-Urlaubsflair-StoryDrucken-207440), am 22.1.2015

Die Presse 18.7.2008: Hier die Türken, dort die Bobos. Abgerufen unter:  
<http://diepresse.com/home/politik/innenpolitik/399649/print.do>, am 22.1.2015

Die Presse 31.8.2010: Gebrüder Kilicdagi: Die Pioniere vom Yppenplatz, abgerufen unter:  
<http://diepresse.com/home/panorama/integration/591308/print.do>

Die Presse 28.4.2011: Ottakring: wird Häupls Heimatbezirk grün? Abgerufen unter:  
<http://diepresse.com/home/panorama/wien/651524/print.do>, am 22.1.2015

Die Presse 16.10.2012: Beispiel Brunnenmarkt. Die Schattenseiten des Hypes, abgerufen unter:  
<http://diepresse.com/home/panorama/oesterreich/1301966/print.do>, am 22.1.2015

Die Presse 12.10.2013: Ottakring-Simmering: Getrennte Wege, abgerufen unter:  
<http://diepresse.com/home/panorama/wien/1463897/print.do>, am 22.1.2015

Die Presse 22.2.2013: Brunnenviertel. Der Hype geht, helal bleibt, abgerufen unter:  
<http://diepresse.com/home/leben/wohnen/1348182/print.do>, am 22.1.2015

Die Presse 30.8.2013: Revitalisierung: die Neuerfindung der Ottakringer Straße, abgerufen unter:  
<http://diepresse.com/home/panorama/wien/1447180/print.do>, am 22.1.2015

Die Presse 8.5.2014: Wie sicher ist ihr Bezirk, abgerufen unter:  
[http://diepresse.com/home/panorama/wien/3802907/Interaktive-Grafik\\_Wie-sicher-ist-Ihr-Bezirk](http://diepresse.com/home/panorama/wien/3802907/Interaktive-Grafik_Wie-sicher-ist-Ihr-Bezirk), am 27.11.2014

Kurier 13.10.2013: Favoriten ist Österreichs heißestes Pflaster, abgerufen unter: <http://kurier.at/chronik/oesterreich/favoriten-ist-oesterreichs-heissestes-pflaster/30.827.865>, am 16.2.2015

### **Rathauskorrespondenzen und Presseaussendungen**

RK (2008): waff: Unternehmen mit Migrationshintergrund wichtig für Wien, abgerufen unter:  
<http://www.wien.gv.at/rk/msg/2008/1007/017.html>, am 27.10.2014

Sozialdemokratischer Wirtschaftsverband (2007): Sozialdemokratischer Wirtschaftsverband: Ethnische Ökonomien für den Wirtschaftsstandort Wien unverzichtbar, abgerufen unter:  
[http://www.ots.at/presseaussendung/OTS\\_20070910\\_OTS0094/sozialdemokratischer-wirtschaftsverband-wien-swv-ethnische-oekonomien-fuer-den-wirtschaftsstandort-wien-unverzichtbar](http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20070910_OTS0094/sozialdemokratischer-wirtschaftsverband-wien-swv-ethnische-oekonomien-fuer-den-wirtschaftsstandort-wien-unverzichtbar), am 27.10.2014

SPÖ-Klub Rathaus (2009): Unternehmen - SP-Yilmaz: "Projekt INTERKULT soll Zuwanderer bei der Stärkung ihrer eigenen Firmen unterstützen", abgerufen unter: [http://www.ots.at/presseaussendung/OTS\\_20091105\\_OTS0102/unternehmen-sp-yilmaz-projekt-interkult-soll-zuwanderer-bei-der-staerkung-ihrer-eigenen-firmen-unterstuetzen](http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20091105_OTS0102/unternehmen-sp-yilmaz-projekt-interkult-soll-zuwanderer-bei-der-staerkung-ihrer-eigenen-firmen-unterstuetzen), am 27.10.2014

Wirtschaftsagentur Wien (2013), abgerufen unter [http://www.ots.at/presseaussendung/OTS\\_20130819\\_OTS0094/jung-gebildet-und-innovativ-migrantische-unternehmen-staerken-wien](http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20130819_OTS0094/jung-gebildet-und-innovativ-migrantische-unternehmen-staerken-wien), am 5.9.2014

### **Gesetze und Verordnungen**

Gewerbeordnung 1994 (GewO) – Fassung vom 20.10.2014, abgerufen unter:  
<https://www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=10007517>

Niederlassungs- und Aufenthaltsgesetz (NAG) – Fassung vom 20.10.2014, abgerufen unter:  
<https://www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=20004242>

Marktordnung 2006, abgerufen unter <http://www.wien.gv.at/recht/landesrecht-wien/rechtvorschriften/html/w1002400.htm>, am 24.10.2014

### **ABBILDUNGSVERZEICHNIS**

Abb. 1: Ablaufschema der strukturierenden Inhaltsanalyse (eigene Darstellung nach Mayring 2010: 93).....	6
Abb. 2: Zusammensetzung der Wiener Bevölkerung nach Staatsbürgerschaft, in % (Quelle: Statistik Austria, 2011).....	43
Abb. 3: Zusammensetzung der Wiener Bevölkerung nach Herkunft in %, Stand 2014 (Quelle MA 23, 2014) .....	43
Abb. 4: Wiener Bevölkerung nach Art des Migrationshintergrundes in % (Quelle Stadt Wien – MA 17 2011: 11) .....	44
Abb. 5: Anteile der Personen mit Staatsbürgerschaft oder Geburtsland aus einem Drittstaat an der Gesamtbevölkerung des jeweiligen Zählbezirkes (Quelle: Stadt Wien, MA 18, Kleinräumige Bevölkerungsevidenz 2011) .....	45
Abb. 6: Herkunft selbstständig Erwerbstätiger in Wien mit Geburtsland außerhalb Österreichs (exkl. EU-14) (Quelle: Statistik Austria, Abgestimmte Erwerbsstatistik 2010) .....	47
Abb. 7: Stadterneuerungsgebiete der Auftragsperiode 2012 – 2017 (Quelle: Stadtbaudirektion Wien, Gruppe Hochbau).....	63
Abb. 8: Lage und Anbindung des Analysegebiets Quellenstraße (Kartengrundlage Basemap.at, eigene Bearbeitung) .....	66
Abb. 9: Branchenstruktur Quellenstraße 2011 (Quelle: GB* 10 2014) .....	67

Abb. 10: Herkunftshintergrund Geschäftsleute Quellenstraße (Quelle: GB* 10 2014) .....	67
Abb. 11: Wohnbevölkerung Analysegebiet Quellenstraße nach Migrationshintergrund (Quelle: Stadt Wien, MA 23, Stichtag 1.1.2014) .....	69
Abb. 12: Höchste abgeschlossene Ausbildung Wohnbevölkerung Analysegebiet Quellenstraße (Quelle: Stadt Wien - MA 23, Daten Registerzählung 2011) .....	69
Abb. 13: Lage und Anbindung Brunnenviertel und Neulerchenfeld (Kartengrundlage Basemap.at, eigene Bearbeitung) .....	101
Abb. 14: Nutzungsstrukturen Erdgeschoss, Stand 2007 (Quelle: Bartik et.al. 2009) .....	103
Abb. 15: Herkunftshintergrund UnternehmerInnen Erdgeschosslokale Ottakringer Straße, Stand 2011 (Quelle: Dika et.al. 2011: 236ff).....	105
Abb. 16: Wohnbevölkerung Neulerchenfeld nach Migrationshintergrund (Quelle: Stadt Wien, MA 23, Stichtag 1.1.2014) .....	106
Abb. 17: Höchste abgeschlossene Ausbildung Wohnbevölkerung Neulerchenfeld (Quelle: Stadt Wien - MA 23, Daten Registerzählung 2011) .....	107
Abb. 18: Lokale (tatsächliche/wahrgenommene) Einflussfaktoren auf die Handlungsperspektiven der Migrantenökonomie der Quellenstraße (eigene Darstellung) .....	140
Abb. 19: Lokale (tatsächliche/wahrgenommene) Einflussfaktoren auf die Handlungsperspektiven der Migrantenökonomie im Brunnenviertel (eigene Darstellung) .....	140

## **TABELLENVERZEICHNIS**

Tab. 1: Aspekte lokaler und überlokaler Bezüge von Stadtteilbetrieben (eigene Darstellung) .....	21
Tab. 2: Aspekte der Bedeutung von Migrantenökonomien für die Stadtteilentwicklung (eigene Darstellung) .....	27
Tab. 3: Schwierigkeiten der Unternehmensgründung, Mehrfachnennungen möglich (Quelle: Enzenhofer et.al. 2007: 79) .....	28
Tab. 4: Analyseaspekte der materiellen Raumdimension (eigene Darstellung) .....	40
Tab. 5: Analyseaspekte der sozialen Raumdimension (eigene Darstellung) .....	40
Tab. 6: Analyseaspekte der regulativen Raumdimension (eigene Darstellung) .....	41
Tab. 7: Analyseaspekte der symbolischen Raumdimension (eigene Darstellung) .....	41
Tab. 8: Top 4 Wirtschaftsabschnitte je Herkunftsland, Quelle: Statistik Austria – Abgestimmte Erwerbsstatistik, Basis ÖNACE 2008.....	48
Tab. 9: Altersgruppen Wohnbevölkerung Analysegebiet Quellenstraße (Quelle: Statistik Austria, POBREG, Stichtag 1.1.2014) .	68
Tab. 10: Interviewte UnternehmerInnen der Quellenstraße (eigene Darstellung) .....	78
Tab. 11: Altersgruppen Wohnbevölkerung Neulerchenfeld (Quelle: Statistik Austria, POBREG, Stichtag 1.1.2014).....	105
Tab. 12: Interviewte UnternehmerInnen im Brunnenviertel (eigene Darstellung) .....	116

## ANHANG

### Überblick InterviewpartnerInnen

#### UnternehmerInnen Quellenstraße

Interview-partner	Branche	Gründungsjahr	Herkunftshintergrund	In Ö. seit...	Staatsbürg.	Wohnort (Bezirk)	Alter	Ausbildung
B1	Imbisslokal; Eisgeschäft	2010	Türkei, 2.Generation	Geburt	Ö	17.	34	Lehre Elektromechaniker Ö.
B2a/B2b	Friseur; Modegeschäft	2006/2010/2011	Türkei, 1.G	Seit 20 J.	Ö	21./17.	37/40	Installateur, Fliesenleger
B3 <sup>92</sup>	Handyladen, Paketdienst	2005	Türkei, 1.G (Türkei, 1.G.)	Seit 23 J. (?)	Ö (Ö)	11.	34 (74)	Lehre Koch - Ö. (Uniabschluss - TR)
B4 (weiblich)	Hotel, Restaurant	2011	Türkei, 1.G	Seit 12 J.	-	-	29	Gymnasium - TR, Uniabschluss Wirtschaftsinformatik – Ö.
B5	Kaffeehaus	2009	Türkei, 1.G	Seit 41 J.	Ö	10.	70	Lehre Koch/Kellner - TR
B6 (w.)	Modegeschäft	1999	Indien, 1.G	Seit 22 J.	Ö	-	43	Uniabschluss Psychologie - Indien
B7	Kaffeehaus/Bar	2011	Kroatien, 1.G	Seit 15 J.	Ö	10.	41	Lehre Koch/Kellner - KR

#### UnternehmerInnen Brunnenviertel

Interview-partner	Branche	Gründungsjahr	Herkunftshintergrund	In Ö. seit...	Staatsbürg.	Wohnort (Bezirk)	Alter	Ausbildung
B8	Restaurant	1990 (Vater, 1.G.)	Türkei, 2.Generation	Geburt (1976)	Ö.	6. (16.)	30	BMS
B9	Friseur	2007	Türkei, 1.G	Seit 18 J.	Türkei	11.	34	Pflichtschule
B10	Kaffeehaus, Klub	2007	Bosnien, 2.G (Bosnien)	Geburt	Ö.	3.	30 (43)	Matura – Ö.
B11	Kosmetiksalon, Friseur	2004	Serbien, 1.G	Sei 24 J.	Ö.	16.	38	Friseurlehre – Ö.
B12	Restaurant	2009	Kroatien, 1.G	-	Ö.	16.	-	Studium – Ö.
B13	Restaurant	1996 (Vater)	Türkei, 2.G	Geburt	Ö.	5.	32	HTL – Ö.

#### ExpertInnen

Interviewpartner	Funktion
E1	Mitarbeiterin Gebietsbetreuung 10. Bezirk (GB*10)
E2	Mitarbeiter Gebietsbetreuung 10. Bezirk
E3	Mitarbeiterin Gebietsbetreuung 16. Bezirk (GB*16)
E4	Mitarbeiterin Gebietsbetreuung 16. Bezirk
E5	Vertreter des Vereins und Cafés Club International (C.I) am Yppenplatz
E6	Tülay Tuncel, Mitarbeiterin Wirtschaftsagentur Wien, Bereich Mingo Migrant Enterprises

<sup>92</sup> Das Interview wurde aufgrund besserer sprachlicher Kompetenzen mit einem Mitarbeiter geführt. Die in Klammer gesetzten Informationen beziehen sich auf den Geschäftseigentümer.

## Interviewleitfaden: UnternehmerInnen mit Migrationshintergrund

### Einstiegsfragen

- Seit wann gibt es Ihr Geschäft?
- Was war vorher im Geschäftslokal?
- Warum haben Sie diese Branche gewählt?
- (*falls nicht ersichtlich*) Was bieten Sie an Produkten und/oder Dienstleistungen an?

### Block 1 - Quartierseinfluss

#### Standortwahl

- Warum haben Sie genau diesen Standort für Ihr Geschäft gewählt?
  - Standortvorteile: über welche Vorzüge verfügt die Quellenstraße/das Brunnenviertel?
  - Standortnachteile: welche Probleme sehen Sie hier im Stadtteil?
- Wie zufrieden sind Sie mit Ihrer Standortwahl?
  - Welche besonderen Möglichkeiten sehen Sie hier im Stadtteil für ihre Geschäftstätigkeit?
  - Mit welchen Schwierigkeiten sind Sie hier in der Quellenstraße/im Brunnenviertel konfrontiert?
  - Wenn nicht zufrieden, was sollte anders sein?
- Welche Möglichkeiten/Perspektiven bzw. Schwierigkeiten ergeben sich in Wien für Sie als UnternehmerIn? Spielt Ihr Herkunftshintergrund dabei eine Rolle?

#### Stadtteil

- Wie würden Sie den Stadtteil beschreiben/charakterisieren?
- Wie glauben Sie wird er von außen wahrgenommen?
- Was hat sich ihrer Meinung nach in der Quellenstraße/im Brunnenviertel in den letzten Jahren verändert?
  - Hatten diese Veränderungen Auswirkungen auf ihre Geschäftstätigkeit?

#### Funktionen

- Selbstbild: Welche Rolle als UnternehmerIn haben Sie hier im Quartier?
- Was glauben Sie ist Ihr Beitrag für den Stadtteil?
- Wären Sie bereit dazu, sich für Verbesserungen im Quartier zu engagieren?
- Was haben Sie für Zukunftsaussichten für Ihr Geschäft? Wie soll es weitergehen?

### Block 2 - Lokale Einbindung

#### Kunden

- Wer sind Ihre KundInnen, wie würden Sie sie beschreiben? (nach Herkunft, Alter, Lebensstil, ....)
- Stammkundschaft?
- Einzugsgebiet? Kommen Ihre KundInnen überwiegend aus dem Stadtteil oder aus ganz Wien?
- Richtet sich ihr Angebot an einen bestimmten Kundenkreis?
  - War das schon immer so?
- Haben KundInnen spezielle Erwartungen/Anliegen an Ihren Betrieb?
  - Versuchen Sie diese umzusetzen?
- Wie vermarkten Sie ihr Unternehmen?

#### Netzwerke/Kooperationen

- Inwiefern tauschen sie sich mit anderen UnternehmerInnen hier im Stadtteil aus bzw. stehen mit ihnen in Kontakt?
- Sind ihre KooperationspartnerInnen/GeschäftspartnerInnen hier im Stadtteil angesiedelt (Zulieferer- und Absatzbeziehungen) oder aus anderen Stadtteilen?
- Sind Sie mit anderen Unternehmen über (wirtschaftliche) Vereine/Verbände o.ä. vernetzt?
- Wie ist ihr Kontakt zur Gebietsbetreuung? In welchem Zusammenhang?

### **Block 3 - Sonstige Fragen zum Unternehmen und zur Person**

- Zum Unternehmen:
  - Inhabergeführt/Lokale Eigentümerschaft: sind Sie EigentümerIn des Unternehmens?
  - Einzelbetrieb oder Mehrbetriebsunternehmen?
  - Wie viele MitarbeiterInnen beschäftigen Sie? Wohnort? Herkunft? Wie gefunden?
  - Beschäftigen Sie Lehrlinge? Wohnort? Herkunft? Wenn nein, warum nicht?
  - Wer ist der Hauseigentümer (privat/Immobilienfirma)? Geschäftslokal in Miete?
- Zur Person
  - Wohnort: wohnen Sie hier in der Umgebung? Wenn nein, würden Sie hier wohnen wollen? Warum, warum nicht?
  - Alter
  - Geburtsland: wo sind Sie geboren? Wenn nicht Österreich, seit wann leben Sie in Österreich?
  - Aufenthaltsstatus/-titel bzw. Staatsbürgerschaft: haben Sie die österreichische Staatsbürgerschaft?
  - Bildung/gelernter Beruf

### **Interviewleitfaden: MitarbeiterInnen der Gebietsbetreuungen (GB\*10 und GB\* 16)**

#### **Einstiegsfragen**

- Wie lange arbeiten Sie schon hier?
- Was ist Ihr Tätigkeitsbereich in der Gebietsbetreuung?

### **Block 1 - Bedeutung für Stadtteilentwicklung**

#### **Erhalt/Wiederbelebung lokale Wirtschaftsstruktur**

- Welche Veränderungen in der lokalen Wirtschaftsstruktur konnten Sie in den letzten Jahren beobachten? Vergleich früher – seit Sie hier arbeiten bzw. soweit Sie davon wissen – und jetzt?
  - Österreichische Einzelhändler: Abwanderung/Aufgabe des Geschäfts, Verdrängung?
  - Fluktuation?
  - Leerstandsentwicklung?
  - Verschiebung der Branchenstruktur?
  - Entwicklungen an Märkten: Viktor-Adler Markt? Brunnenmarkt?
- Seit wann sind hier vermehrt UnternehmerInnen mit Migrationshintergrund angesiedelt?

#### **Funktion/Bedeutung allgemein**

- Welche Funktionen – in wirtschaftlicher und sozialer Hinsicht – erfüllen die von MigrantInnen betriebenen Unternehmen Ihrer Meinung nach hier im Untersuchungsgebiet? Welchen Stellenwert haben sie für die Quartiersentwicklung/Lebensqualität vor Ort?
- Gibt es Herausforderungen, die Sie mit Migrantenökonomien hier im Quartier verbinden oder die an Sie herangetragen werden?

#### **Versorgungsqualität durch Nutzungsvielfalt**

- Wie beurteilen Sie die Vielfalt – hinsichtlich Branchenstruktur, Angebot der Produkte und Dienstleistungen – der migrantischen Unternehmen und die Qualität des Angebots?
  - Konnten Sie diesbezüglich Veränderungen in den letzten Jahren feststellen?

#### **Brückenbildner/Treffpunkt**

- Wie ist Ihre Einschätzung zur Kundenstruktur der migrantischen Unternehmen?
  - Ausrichtung der Unternehmen an bestimmte Zielgruppen
  - Unterschiede je nach Branche
  - Einzugsgebiet? Hauptsächlich lokale Wohnbevölkerung oder aus ganz Wien?
- Welche Reaktionen (Ablehnung/Akzeptanz/Wertschätzung) merkt man seitens der Wohnbevölkerung bezüglich der relativ starken Konzentration migrantischer Kaufleute hier im Gebiet?

#### **Engagement/Verantwortung für Quartier**

- Wie beurteilen Sie die Bereitschaft der UnternehmerInnen zum Engagement für das Quartier/Bereitschaft

zur lokalen Verantwortung?

- Gibt es konkrete Initiativen, von denen Sie wissen?
- Wie könnten migrantische UnternehmerInnen verstärkt in Quartiersentwicklung miteinbezogen werden?
- Gibt es eine Zusammenarbeit oder Kooperationen zwischen der GB und den migrantischen Kaufleuten? Stehen Sie mit ihnen in Kontakt?

### **Barrieren und Chancen**

- Mit welchen speziellen Problemen sind die UnternehmerInnen an diesem Standort konfrontiert?
- Welche Hürden sehen Sie für migrantische UnternehmerInnen in Wien? Unterschied nach Herkunftshintergrund?
- Welche Chancen bietet der Standort?

### **Block 2 - Interaktionsstrukturen**

- In welche Richtung wäre eine Entwicklung der Migrantenökonomie erstrebenswert? Was wäre dazu notwendig? Ungenutzte lokale Potentiale?
- Wie funktioniert das Zusammenleben im Quartier zwischen MigrantInnen und Nicht-MigrantInnen? Wie würden Sie das soziale Klima im Brunnenviertel beschreiben? Gibt es Strukturen oder Initiativen, die das Zusammenleben fördern? Konflikte?

### **Block 3 - Image Quartier/Migrantenökonomie und Image**

- Wie würden Sie Quartier beschreiben? Welches Bild haben Sie? Wie nehmen Sie es wahr? Wohnen Sie auch hier?

### **Abschlussfragen**

- Gibt es Ihrerseits noch Aspekte in Hinblick auf Migrantenökonomien hier im Quartier, die Sie ansprechen möchten?
- Weitere relevante Institutionen vor Ort, die in irgendeiner Weise mit migr. Unternehmen in Verbindung stehen?
- Vernetzungen/Vereine der Migrantenökonomien/lokalen Ökonomien?

## Transkripte Interviews

**Interview Unternehmer 1 (B1), Imbiss, Eisgeschäft, Quellenstraße – 15.9.2014, Dauer 1h 28Min**

I: Seit wann gibt es das Geschäft eigentlich?

5 B1: Seit 2010 im September.

I: Was war vorher hier?

10 B1: Die Hälfte war ein Schnitzelhaus, die andere Hälfte war ein Wettbüro. Wir haben voriges Jahr umgebaut, das ganze vergrößert, das Wettbüro haben wir übernommen. Die Wand weggeben und aus zwei eins gemacht. Hauptsächlich das kleinere Lokal hier war Schnitzelhaus, was aber sehr schlecht gegangen ist.

I: Und jetzt gehts gut?

15 B1: Gut ja, besser, viel besser.

I: Und warum haben Sie diese Branche gewählt? Haben Sie vorher schon in der Gastronomie gearbeitet?

20 B1: Also ich bin gelernter Elektromechaniker. Hat mit dieser Branche überhaupt nichts zu tun. Kochen interessiert mich, hab das hobbymäßig gemacht. und ich bin der Meinung, es geht hauptsächlich natürlich ums Essen, das Essen muss gut sein. Bei Fastfood kann man nicht viel schlecht machen, da muss man sich sehr dumm stellen. Wir haben immer wieder an einem Konzept gearbeitet. Die Führung, das Marketing selber ist wichtiger als das Essen eigentlich. McDonalds z.B. investiert Millionen in Werbung, aber ehrlich gesagt, es schmeckt nicht sehr gut, meiner Meinung nach. Aber jeder geht hin. Wir haben das auch so gemacht, dass wir Facebook...(schnorrt jemanden eine Zigarette) wir haben Werbung gemacht, wir haben viele Jugendliche angesprochen, über Facebook, Werbungen, Aktionen. Geschäft rennt von alleine.

25 I: Ihr bietet ja auch Vieles an...

30 B1: Wir bieten drei Dönerarten an. Pizza haben wir, Schnitzel, Grillhendl haben wir. Wir haben auch Hotdog und Käsekrainer, damit für jeden was dabei ist. Das verblüfft auch viele. Ich komme ursprünglich aus der Türkei. Meine Landsleute verblüfft das, dass wir auch Käsekrainer und Hotdog haben. Ich gebe immer diese Antwort: Wir leben in Österreich und wir müssen auch etwas von dieser Kultur anbieten. Wir haben auch Grillhendl. Grillhendl ist in der Türkei nicht so populär. Aber wir bieten das an, weil wir halt in Österreich sind. Wenn wir in Frankreich wären, würden wir vielleicht Baguette anbieten.

35 I: Aber wie reagieren die türkischen Landsleute?

B1: Sehr gut, die Essen das auch wirklich gerne.

I: Und warum hast du diesen Standort, die Quellenstraße gewählt?

40 B1: Hat sich nur so ergeben, ehrlich gesagt. Das war ein kleines, nettes Geschäftslokal. Das war nicht irgendwas, wo wir explizit gesagt haben, das muss die Quellenstraße sein. Wir sagen immer „Kismet“ dazu. Das hat sich so ergeben.

I: Und jetzt wo du hier bist, gibts besondere Vorteile in der Quellenstraße?

45 B1: Ja natürlich. Wenn man es sich von der geschäftlichen Seite anschaut. Es ist ein Arbeiterbezirk muss man ehrlich sagen. Die Leute die hier großteils leben sind keine Schwerverdiener. Sie sind schon "Schwerverdiener", aber in der anderen Art (Lachen). Sie müssen schwer für ihr Geld arbeiten. Sie suchen natürlich günstiges Essen, gutes und günstiges Essen. Das ist halt ein Vorteil. Wenn man das z.B. in einem anderen Bezirk macht, wo es reichere Leute gibt, die essen ja ganz anders, da würden wir vielleicht nicht so viel Erfolg haben, meiner Meinung nach. Und ich glaub das ist eine richtige Theorie. Hier haben wir den Vorteil, dass es viel Arbeiter gibt. Viele Leute verdienen nicht so viel und kaufen sich günstiges Fastfood. Wobei aber meiner Meinung nach, ein Döner ist kein Fastfood muss ich ehrlich sagen. Ich kategorisiere Döner nicht als Fastfood, weil wir hier im Döner richtiges Hühnerfleisch verarbeiten, ein bisschen würzen, grillen und in einem selbst gemachten Fladenbrot weitergeben. Das ungesündeste ist eigentlich das Weißbrot. Wobei ich auch Pläne hab, dass ich in Zukunft eine Alternative mit Roggenmehl oder Vollkornmehl, nicht als Komplementsortiment, aber als Zusatzsortiment Vollkornweckerl als Dönerbrot anbieten möchte.

50

55

Sonst (...) wie gesagt, es kommt auf die Leute an, wieviel die verdienen. Im 2., im 1. Bezirk da gibts Nobellokale, wo die Leute einfach ihr Geld ausgeben wollen. Das ist hier nicht der Fall. Hier kannst du zu zweit essen und mit 7,50 € satt werden Das ist nichts. Und wenn man nicht so viel Hunger hat, mit einem Euro, eine Pizzaschnitte kostet einen Euro. Oder ein Getränk mit 1,30 €. In der Stadt zahlt man für ein Getränk 3 €.

I: Und andererseits, welche Nachteile siehst du hier für dein Geschäft?

60 B1: Also, ich bin selber geborener Hernalser. In Hernalts stimmt die Proportion Ausländer Inländer. Hier passt leider die Proportion nicht. Wie gesagt, es hat leider zuviel Ausländer hier. Zum Glück haben wir den Vorteil, dass auch sehr viele inländische Kunden zu uns kommen. Das freut uns auch sehr. Wir versuchen auch wirklich mit den inländischen Kunden (...) deswegen haben wir auch Käsekrainer oder ein Grillhendl oder ein Schnitzel. Wir wollen, dass inländische Kunden zu uns kommen. Wir wollen uns nicht trennen von der Gesellschaft. Wir wollen in die Gesellschaft einfließen. Mit der Gesellschaft mit sein. Mein türkisches Personal spricht sehr gut deutsch. Wir haben einen, wenn der mit dir deutsch spricht, der spricht besser deutsch als sich. Da wirst du glauben, er ist ein geborener...er ist hier auch geboren. Er ist auch hier geboren. Auf so was achten wir. Wir wollen, dass unser Personal gut deutsch spricht. Und wir wollen uns in die Gesellschaft integrieren und uns nicht von der Gesellschaft trennen. Und mich würde es auch freuen, wenn wir mehr Inländer hätten, also Leute die hier wohnen. Leider, ich höre das sehr oft, dass sehr viele Inländer hier vom 10. Bezirk wegziehen. Das finde ich sehr schade. Ich glaube, der 10. Bezirk ist ein sehr schöner

65

70

Bezirk. Und, mich würde es freuen, wenn wir auch sehr viele Inländer hier hätten. Sonst kann ich mich nicht beschweren. Es ist ein Bezirk wie jeder andere. Von der Gemeinde her, es ist alles irgendwie gleich. Ich sehe hier keinen großen Unterschied. Wir haben keine großen Probleme mit der Gemeinde oder dem Bezirk. Nur, was mir halt auffällt, zu wenig Österreicher. Ich war in Hernalts auch selbstständig. Ich hab ein Handygeschäft gehabt in Hernalts. Und da war es so, dass die Proportion gepasst hat. Wenn ich am Tag 100 Kunden gehabt habe, waren davon 30 Ausländer und 70 Inländer. Hier ist es umgekehrt. 70 zu 30. Das ist schade.

75 I: Aber durch das breite Angebot, versuchst du, wie du schon gesagt hast, dein Publikum zu erweitern.

80 B1: Ja natürlich. Wenn ich jetzt als Geschäftsmann denke, ich möchte nicht nur ein einziges Volk ansprechen oder ich möchte nicht nur die Ausländer ansprechen. Ich möchte jeden ansprechen. Natürlich mehr Kunden gewinnen. Das kann ich nur gewinnen, wenn es hier mehr Leute gibt.

I: Aber siehst du auch andere Probleme? Ich habe z.B. mit jemanden von der Gebietsbetreuung gesprochen und die meinte, dass es für die kleineren Einzelhändler - wie allgemein in Österreich - schwierig ist wegen den großen Imbissketten oder den großen Supermarktketten...

85 B1: Ich spreche hier natürlich von der Umgebung von einigen Kilometern. Meine Kundschaft ist hier im Umkreis von einigen Kilometern verstreut. Meine Kunden kommen nicht von der Favoritenstraße beispielsweise oder auch nicht vom 5. Bezirk. Meine Kunden sind hier. Zum Glück gibts hier keine Fastfoodketten. Zum Glück nicht. Die nächste McDonaldsfiliale ist auf der Favoritenstraße und eine auf der Triesterstraße. Die sind zu weit weg. Es wäre natürlich schlecht, wenn in der unmittelbaren Nähe eine Fastfoodkette eröffnet. Das wäre natürlich sehr schlecht. Die bieten Sachen an, wo ich wirklich, wenn ich selber arbeiten würde und die Fleischleiberl selber mache und das Brot selber mache, kostet es noch immer das dreifache. Mich wundert, wie die das anbieten können. Einen Burger um einen Euro. Ich weiß es nicht, aber es ist unmöglich, dass Brötchen alleine kostet uns (...) also, wir haben auch einen Burger, der kostet 3,90. Ein Brötchen kostet 70 Cent. Und wir kaufen das Brötchen bei derselben Firma, wo es McDonalds kauf. 70 Cent das Stück. Wie kann ich dann einen Burger um einen Euro verkaufen. Unmöglich, wenn ein leeres Brötchen schon 7 Cent kostet. Ich kann mir es mathematisch nichts ausrechnen. Aber es wäre halt für uns schlecht, wenn da eine Fastfoodkette herkommt. Aber ich bin mir auch sicher, dass die Kunden zwischen einer Fastfoodkette und uns unterscheiden können. Weil wir auch persönliches anbieten. Der Kunde kann bei uns auswählen, wie das sein soll. Er kann sagen, ich möchte so viel Salz oder gar kein Salz. Das kannst du bei einem Fastfoodkette nicht auswählen. Wenn der Kunden zu uns sagt, er möchte überhaupt kein Salz, dann bekommt er kein Salz. Und Salat, alles, vom hellen bis zum dunkeln Brot. Also, bei uns ist man persönlicher. Bei einer Fastfoodkette nicht, der nimmt das nächste Packerl was vom Band reinkommt.

100 I: Und allgemein in Wien, siehst du hier Schwierigkeiten als Unternehmer, auch weil du türkische Wurzel hast?

B1: Also, ja, ich sehe ein großes Problem bei den Leuten, die das gleiche machen. Bei der Konkurrenz. Und ich betone das auch sehr oft. Du kannst z.B. in den 20. Bezirk fahren, da kostet der Kebap 1,50. Eine Gasse weiter hier kostet er zwei Euro. Bei uns kostet er mindestens drei Euro. Wir bieten Hühnerkebab mit 3 € und ein Kalbskebab mit 3,40 € an. Wobei, das ist schon unsere Mindestgrenze. Leider können wir es nicht einmal 10 bis 20 Cent teurer verkaufen, weil die Konkurrenz uns so fertig macht. Wir sind eh schon einen € teurer. Und das ist das Hauptproblem. Diese Leute verstehen nicht, dass sie auch Geld verdienen müssen, damit sie eventuelle Kosten - Hausnummer wenn eine Maschine kaputt geht oder wenn man was investieren muss ins Geschäftslokal, mit dem decken können. Sie denken sich nur, ok, ich verkaufe so günstig wie möglich, verdiene ein bisschen was und wenn was kaputt geht, schauen sie deppert in die Luft. Und das ist unser Hauptproblem, dass die Konkurrenz den Preis kaputt macht. Und leider, bekommt man dann solche Sachen wie Gammelfleisch oder was weiß ich. Oder, dass sie einen Dönerspieß in der Früh aufhängen, zum Teil verkaufen und was dann über bleibt am nächsten Tag weiter verkaufen. Natürlich, weil er keine Geld daran verdient. Wenn er daran Geld verdienen würde, wenn es es also um einen anständigen Preis verkaufen würde, dann könnte er es sich leisten, dass er das Fleisch am Abend wegschmeißt und am nächsten Tag den Kunden was Ordentliches wieder anbietet. Und das ist unser Hauptproblem. Nicht diese Fastfoodketten. Unser Hauptproblem sind diese Leute, die das gleiche machen oder versuchen das gleiche zu machen. Aber sie gehen mit dem Preis so tief runter, dass sie sich selber nicht erhalten können, ihr Geschäftslokal nicht erhalten können. Ein bisschen was in der Tasche haben, von dem was sie sich als Arbeiter verdient haben und das dann ein Jahr aufgeht. Aber nach einigen Jahren machen sie dann ihr Geschäft kaputt. Und unser Geschäft auch. Weil der Kunde fragt mich dann, „heast, bei dir kostet der Döner drei Euro und bei dem anderen kostet er zwei Euro“. Was für eine sinnvolle Antwort gebe ich dem? Ich sage immer, „bei uns kostet es drei und aus“. Ich will mich in diese Diskussion nicht erwischen. Dieses Problem gibt es in Wien wirklich. Du kannst die Preise anschauen, es ist abnormal. Und wir sind mit drei Euro eine der teuersten. Und beim McDonalds kostet ein Burger 4,50 Euro und da ist fast kein Fleisch drinnen. Und das ist schwachsinnig. Unser Hauptproblem sind also nicht diese Fastfoodketten sondern die Leute, die die gleiche Arbeit machen und die Branche kaputt machen. Zum Glück, es gibt jetzt seit vorigem Jahr (...) Ein Döner war nicht im Lebensmittelkodex drinnen. Seit einem Jahr ist Döner zum Glück im österreichischen Lebensmittelkodex drinnen. Und jetzt gibts Verordnungen bezüglich der Fleischqualität. Und an diese Verordnungen muss sich jeder halten. Weil es wurde z.B. früher sehr viel Wasser eingespritzt in das Fleisch, damit es sehr viel wiegt und im Grunde hat der Kunde nur Wasser gegessen. Aromate dürfen sie auch nicht mehr verwenden. Sie dürfen auch keine Geschmacksverstärker mehr verwenden und das finde ich sehr positiv. Weil so haben wir alle die gleiche Chance und wir können konkurrieren. Und ich bin auch dafür, dass strenger kontrolliert wird. Von der Lebensmittelbehörde oder vom Marktamt. Es sollte viel strenger kontrolliert werden, weil so kann man verhindern, dass genau diese Leute diese Branche kaputt machen. Und den Döner niedermachen, vom Ruf her. Logisch. Weil ich versuche, meine Arbeit gut zu machen. Ich versuche es nicht, ich bestehe darauf. Ich will, dass meine Kunden nur frische und qualitative Produkte haben, weil ich selber davon esse und meine Kinder essen auch davon. Und wir haben so viele Kunden, kleine auch Kinder, und ich kann denen nichts Schlechtes verkaufen, das geht nicht. Ich bin voll der Meinung, dass dieser Kodex voll durchgezogen wird und auch strenger kontrolliert wird. Weil so können wir verhindern, dass diese faulen Äpfel aussortiert werden.

I: Gibt es auch andere rechtliche Verordnungen oder Hürden, die dich betreffen?

135 B1: Nein, nicht für uns. Wir sind ein Gastronomiebetrieb, wir sind kein Imbiss. Wobei wir führen als Imbiss. Aber im Gewerbe wir werden als Gastronomie behandelt. Wobei wir hier halt nur grillen, also nix kochen wie in einem Restaurant. Wir sind aber ein Gastronomiebetrieb, wir können hier also mehr als 8 Leute bedienen, es ist ein Geschäftslokal, wir haben WC Anlagen, wir haben eine kleine Küche. Von dem her habe ich keine Probleme.

140 I: Du hast ja auch die österreichische Staatsbürgerschaft. Da gibts wahrscheinlich auch weniger rechtliche Hürden...

B1: Nein, ich glaub das macht keinen Unterschied, ich glaub das war früher so. Ich hab mit dem Staat oder mit dem Magistrat noch nie Probleme gehabt. Ich habe selbst in einem österreichischen Betrieb gelernt, also meine Lehre in einem österreichischen Betrieb gemacht, als Elektromechaniker. Und, das bringt wirklich viel. Wenn ich mir jetzt Leute anschau, die aus einem anderen Land kommen, die ihre Ausbildung dort gemacht haben, die haben keine Ahnung von Qualität. Aber in Österreich, wenn man in Österreich lernt, hat man dieses Gefühl für Qualität. Wie man sagt, deutsche Qualität oder österreichische Qualität. Das wir einem beigebracht. Deswegen hab ich keine Probleme mit der Behörde, weil ich immer schau, dass alles qualitativ ist, sauber ist und nach dem österr. Gesetz bestimmt ist. Wie gesagt, zum Glück wir haben keine Probleme. Ich kann mich nicht beschweren. Unser einziges Problem sind diese Leute, die das gleiche machen, leider Gottes.

150 I: Noch was anderes, lebst du auch hier?

B1: Nein, ich lebe in Ottakring.

- 155 I: Ok, aber wahrscheinlich kennst du das Viertel hier trotzdem schon ein wenig. Wie würdest du das Viertel hier beschreiben? Was ist dein Eindruck?
- B1: Den ganzen Bezirk oder nur die Umgebung?
- 160 I: Nur hier die Umgebung. Also um die Quellenstraße oder Innerfavoriten...
- B1: (...) Also (...) Ich weiß es nicht. Ich sehe keinen großen Unterschied. Es ist natürlich bei uns, in Ottakring, ein bisschen grüner. Und die Gestaltung von Ottakring, die neue Gestaltung, dadurch ist auch alles ein bisschen schöner und sauberer geworden. Wobei da wurden auch einige Fehler gemacht bei der Neugestaltung. Es hat jahrelang gedauert. Ich hab Freunde dort, die haben Geschäftslokale dort gehabt oder haben sie noch immer auf der Ottakringer Straße. Die haben wirklich überhaupt kein Geschäft gemacht. Viele haben zugesperrt. Du musst dir das vorstellen, wenn hier jetzt, genau da, monatelang eine Baustelle ist, dann würde ich 70 oder 80 % meiner Kunden verlieren. Weil diese Leute suchen sich dann einfach was anderes. Wenn es hier nicht möglich ist, dann geh ich rüber. Das war in Ottakring der Fall. Wenn es eine Neugestaltung in Favoriten geben soll, muss das so gut geplant sein, dass das nur ein paar Wochen dauert oder ein paar Monate. Und das darf sich nicht auf die Geschäftsleute auswirken. Sonst (...) ein bisschen mehr Grün könnte sein. Wobei die Stadtverwaltung jetzt eh ein bisschen versucht, mit diesen Baumscheiben zu begrünen. Mehr Grün. Mehr Parkplätze.
- 170 I: Was schätzt du sein, wie das Viertel von außen wahrgenommen wird, also von Personen die in anderen Bezirken wohnen?
- B1: (Lachen) als klein Istanbul (Lachen) ehrlich gesagt. Wie es der Herr Strache auch sagt, leider. Aber ich glaub, dass hat damit zu tun, dass die Wohnungen hier günstiger sind und meistens Ausländer halt nicht so einen guten Job haben und nicht so viel verdienen, der muss da leben. Der hat keine Alternative. Man muss sich das vorstellen. Ich kenne Leute hier, der verdient wirklich nur 500 Euro. oder 1100 Euro. Mit 1100 Euro kann man heute nicht viel machen. Wenn man sich überlegt, dass eine 60m<sup>2</sup> Wohnung 650, 700 Euro Miete kostet, wo soll der hingehen? Soll der in den 1. Bezirk gehen mit 5000 Euro Miete. Unmöglich! Oder in den 2. oder 3.? Das ist nicht möglich. Natürlich, der muss sich ein günstiges Fleckerl suchen, ist so.
- 175 I: Was glaubst du hast du hier als Unternehmer für eine Rolle oder Funktion im Quartier, mit deinem Geschäft?
- B1: (...) Wir unterstützen z.B. eine Schule, Sponsoren von der Schule wir sponsoieren auch Fußballvereine
- 180 I: Fußballvereine von hier?
- B1: Ja, österreichische Fußballverein. Wir versuchen auch (...) eine Funktion? Wir versuchen halt unsere Kunden zu bedienen, aber so eine richtige Funktion sehe ich nicht. Was wir machen können ist (...) weiß ich nicht. Käsekrauter verkaufen...aber dann ist es erledigt. Also (...) eine Funktion in der Art sehe ich nicht. Wir versuchen unser Geschäft sauber zu halten, gut zu führen. Jeden gleich zu behandeln, egal ob einer um einen Euro einkauft oder um 15 Euro einkauft. Aber so eine Funktion, dass wir eine Brücke zwischen Inländern und Ausländern sind, oder im Bezirk eine Funktion, eher nicht. Wir versuchen, immer alles schön sauber zu halten, auch von draußen, die Straße immer schön sauber zu halten, damit das auch sauber ist vor unserem Geschäftslokal. Also wir verlassen uns nicht auf die MA 48. Wir versuchen das selber zu erledigen, weil sonst sehe ich keine Funktion. Ich führe auch ein Eisgeschäft hier, das ist hier gegenüber. Das hab ich jetzt absichtlich nicht als Imbiss geführt. Wir führen das als Eisgeschäft, weil es hier an dem Fleck kein Eisgeschäft gibt. Der Name, das Charly Temmel, den gibts in Graz. Der ist in Graz sehr groß. Wir haben absichtlich den gleichen Namen gewählt, damit nicht alles irgendwie ausländisch wird. Ein Grazer Name. (...) Ja, das ist meine Funktion.
- 190 I: Du setzt dich ja anscheinend schon auch ein, dass hier was passiert. Warst ja auch schon bei der Gebietsbetreuung und hast gemeint, dass du gerne Stadtmöbel hier hättest...
- 200 B1: Ach so ja. Ich möchte schon, dass es hier schöner aussieht. Denn je schöner es aussieht, desto mehr Menschen kommt und für mich desto mehr Geschäft.
- I: Gibts abseits dem noch Sachen, wie du dich im Stadtteil engagiert oder mitgemacht hast?
- 205 B1: (...) Eher nicht. Also ich hab den Vorteil, dass ich auch sehr gut Türkisch spreche. Und wenn es hier Probleme gibt zwischen Jugendlichen, was wir öfters auch leider sehen, dann versuchen wir immer dazwischen zu gehen und das zu lösen, also ohne Polizei zu lösen. Dass wir hingehen und sagen, „hey, hörts auf“, die Raufbolde auseinander nehmen und ein Gespräch mit denen führen „hör auf. was machst du da. willst du deine Zukunft ruinieren?“, also Streit schlichten. Nicht sofort die Polizei anrufen und sagen, „Hey, kommst her“. Wobei, Wache und auf der Gudrunstraße die Polizei, das sind sehr gute Kunden von uns. Die kommen permanent. Die Rettung ist permanent bei uns, die isst bei uns. Dadurch dass ich auch bei der Rettung, beim Roten Kreuz Zivildienstler war, kommen auch sehr viele vom Roten Kreuz. Und, wir versuchen das halt auszubalancieren. Ich möchte nicht, dass Jugendliche sich hier streiten wegen nichts und dann bei der Polizei landen und dann einen Strafregister haben. Wir versuchen wirklich das selber zu schlichten. Nicht dass alles vor Gericht endet oder vor der Polizei endet. Manchmal sind ja nur Kleinigkeiten, der schubst den, der schubst den und dann bevor da was Schlimmes wird, sagen wir „He, hörts auf“. Und das Gute ist, das kommt von der Kultur, wenn einer älter ist, wenn z.B. zwei streiten und ein Älterer geht dazwischen, aus Respekt hören die auf. Die haben Respekt vor dem Älteren, dann hören auf. Dann schicken wir den einen in die eine Richtung, den anderen in die andere Richtung. Und meistens passt. Aber solche Sachen machen wir schon. Weil ich könnte sagen, ich bin Geschäftsmann, das interessiert mich nicht. Oder ich ruf die Polizei. Oder ich sag, mir ist wurscht, die sollen sich die Köpfe einschlagen. Was viele leider machen. Und z.B. was ich auch sehr schade finde, es gibt natürlich auch Inländer die hier wohnen, die holen sofort die Polizei. Die Polizei hat das auch schon satt, ich kenn ja viele von der Polizei. Die sind permanent unterwegs, aber der muss das aufnehmen. Z.B. ich war bei einer Demo, vor eineinhalb Monaten. Wir haben für Palästina demonstriert. Da waren tausende Leute. (...)Ausführungen zur Demo... wenn ich denen sag, heast, komm runter, der versteht das nicht falsch. Und ich versuche das auch hier auch in dem Fleck, mit den Jugendlichen die ich kenne, zu machen. Also ich arbeite auch psychosozial (Lachen) ..)
- 215 I: Hab ich schon bemerkt (Lachen) Nochmal kurz zu den Kunden. Du hast es eh schon ein bisschen beschrieben. Wie würdest du deine Kunden beschreiben?
- 220 B1: Bei uns ist es zum Glück gemischt. Wobei ich kann sagen, Ausländerrate 60 %, Inländer 40 %. Es kommen auch Leute von der Polizei, von der Rettung, von der Feuerwehr (...) Das freut uns auch sehr.
- 225 I: Habt ihr dann auch also einige Stammkunden?

B1: Ja, zum Glück. Ein großer Teil unserer Kunden sind Stammkunden. Ein großer Vorteil.

235 I: Und das hast du vorher schon angesprochen. In der Vermarktung benutzt ihr Facebook...

B1: Facebook, Twitter, Instagram. Wir nützen alles aus, alles was geht. Mundpropaganda. Mit dem kann man viel erreichen ohne viel Geld auszugeben. Wir drucken leiwande T-Shirts, so mit „Gefällt mir“, so was kommt gut an bei Jugendlichen. Oder dieses T-Shirt hier (zeigt auf das T-Shirt, welches er trägt), das hab ich kreieren lassen. Am ersten Blick sieht es aus wie ein Jack Daniels T-Shirt. Das ist aber eine Werbung von Ayran. Mit 5% Fett und die Schriftart. Das kommt bei den türkischen, also weil die halt die Sprache verstehen, sehr gut an. Also, wir versuchen explizit Jugendliche anzusprechen, mit Facebook und alles drum und dran...

240

I: Aber dann eher explizit türkische Jugendliche?

245 B1: Kunterbunt. Alle. Für uns ist das egal. Jugendlicher ist Jugendlicher. Ich muss ehrlich sagen, ich bin ein Mensch, für mich ist jeder Mensch gleich. Ich mache da überhaupt keinen Unterschied. Egal von wo er herkommt, egal welche Hautfarbe, egal ob dein Vater Multimillionär ist oder dein Vater ein armer Schlucker ist, ist mir wurscht. Oder dein Vater Arzt und deine Mutter Rechtsanwältin ist oder dein Vater in der Baustelle arbeitet, ist mir wurscht. Für mich ist die Person wichtig. Titel uninteressant. Ingenieur, Doktor, Magister, ok, wir haben Respekt vor Älteren, aber der Titel ist mir wurscht. Das ist für mich mein Lebensprinzip. Meiner Meinung nach macht Titel nicht den Menschen. Titel ist uninteressant. Wenn er kein Mensch ist, dann kann er 50 Titel vor seinem Namen haben, er bleibt uninteressant. Und ich kenn hier wirklich viele Leute, und das sind sehr nette Leute, hauptsächlich unsere Stammkunden, wir haben viele Stammkunden. Die Leute kommen, grüßen, reicht schon! Für mich ist wichtig, dass ein harmonisches Umgehen miteinander, die Leute müssen sich ausbalancieren. Es darf kein Hass zwischen Inländer, Ausländer, dem und dem sein. Wir leben alle hier. Ich hab es mir nicht ausgesucht, ich wurde in Österreich geboren, meine drei Geschwister auch. Aber ich habe das beste daraus gemacht. Ich versuche aus meinem Leben das Beste zu machen. Ich habe hier gelehrt, so wie jeder Inländer. Ich bin in die Schule gegangen. Ich habe die HTL abgebrochen, ja, ich bin HTL Abbrecher. Ich hab eine Lehre gemacht, hab ausgelernt. Hab gearbeitet jahrelang, in zwei Firmen insgesamt. Und ich hab auch nie Probleme gehabt.

250

255

I: Und siehst du dich selbst als Person mit Migrationshintergrund?

260 B1: Es ist so. Ich war in der Türkei jetzt auf Urlaub. Ich war vier Wochen auf Urlaub. Meine Eltern sind ausgezogen. Mein Vater ist mit 16 Jahren hierher gekommen, hat jahrelang hier gearbeitet. Hat meine Mutter kennengelernt, hat geheiratet hier, dann sind wir auf die Welt gekommen und dann mit 55 ist er jetzt in die Türkei ausgezogen, vor 8 Jahren. Der Grund war natürlich, er war Baustellenarbeiter, seine Firma ist in Konkurs gegangen, dort hat er gearbeitet 36 Jahre lang. Er hat einfach keinen Job mehr gehabt. Mein Vater ist einfach einer, der sagt, er kann nicht zum AMS gehen und er ist weggezogen hat in der Türkei eine Privatpension, bezieht eine Privatpension. Ich war jetzt beispielsweise 265 4 Wochen in der Türkei bei meinen Eltern und ich habe Österreich vermisst. Ich hab Heimweh gehabt. Aber manchmal ist es so (...) Aber manche sind so (...) Wenn man Medien liest, komische Zeitung liest, ich will keine Namen nenne, aber so Gratiszeitungen, wenn man die liest, werden manche Sachen so dargestellt, wie wenn jeder Moslem ein Terrorist ist und jeder Moslem Türke ist. Das ist nicht der Fall. Es gibt 8 Milliarden Moslems auf der Welt, aber keine 8 Milliarden Türken. Es gibt in der Türkei 76 Millionen Einwohner und mit den Auswanderern und mit uns, nicht mit mir eigentlich, sondern mit Personen die selbst ausgewandert sind wie mein Vater, gibt es noch einmal 5 Millionen. Ok, 270 sagen wir 90 Millionen Türken zu 8 Milliarden? Unmöglich! Ich bin voll integriert. Und meine Religion verbietet mir Schweinefleisch zu konsumieren, Alkohol zu trinken oder fremd zu gehen! Und das betont keiner. Es heißt immer, „die essen kein Schweinefleisch, die trinken keinen Alkohol“, ist ja wurscht, ob ich keine Schweinefleisch esse oder keinen Alkohol trinke. Oder wir dürfen auch keine Drogen konsumieren, alles was high macht ist verboten in meiner Religion. Schweinefleisch ist verboten, Pferdefleisch ist verboten, Affenfleisch ist verboten. Aber es wird immer nur das Schweinefleisch hergenommen. Auch Delfinfleisch oder Haifleisch ist strikt verboten, aber man nimmt immer Schweinefleisch. Ich hab das schon satt.

275

I: Man betont halt immer nur die Unterschiede.

B1: Genauso ist es. Und Fremdgehen ist auch eine Sünde. Und das ist ja nichts Schlechtes meiner Meinung nach, wenn einer nicht fremd geht oder wenn sich einer nicht vollsaugt. Aber das was zur Zeit in der Welt passiert, also z.B. IS, das verabscheue ich. Das ist nicht meine Religion, das sind Terroristen. Wir distanzieren uns von diesen Leuten. Wobei leider, wir werden alle in den gleichen Topf geworfen. Diese Menschen sind Mörder. Und auch sind es diese Menschen, die im World Trade Center diesen Anschlag gemacht haben. Oder unschuldige Menschen töten. Das sind alles Mörder in meinen Augen und die haben mit dem Islam überhaupt nichts zu tun. Die haben den Islam komplett falsch verstanden. Die haben das gar nicht verstanden, die nützen das aus. Damit sie eine Community aufbauen können, Menschen erreichen können. 280 Leider Gottes werden wir in Europa, alle Moslems in den gleichen Topf geworfen. Ich möchte mit solchen Leuten überhaupt nichts zu tun haben. Und solche Leute sind in meinen Augen auch keine Moslems. Das sind falsche Betrüger. Weil von einem richtigen, gläubigen Moslem kann man nie was Schlechtes erwarten. Unsere Religion verbietet es uns schlechte Sachen zu machen. Gläubig oder ungläubig, Mensch ist wichtig. Es ist egal, an welche Religion er glaubt. Mir ist es wurscht, ob er an Gott glaubt oder nicht glaubt. Ob er Buddhist ist, Katholik ist, 285 Jude ist, egal. Mir ist es wurscht. Für mich ist der Mensch wichtig. Aber leider werden wir alle in den gleichen Topf geworfen. Manchmal denk ich mir, heast, du lebst hier und dann fühlt man sich irgendwie so diskriminiert wegen dem. Und es ist dann wirklich sehr schade. Und manche Jugendliche sind dann so frustriert, dass die als Gegenreaktion genau das andere machen. Man führt die falsche Politik in Europa. Wenn man diese Menschen, v.a. Jugendliche verscheucht, dann suchen die andere, die sie aufnehmen. Und das sind dann genau diese Terrororganisationen. Ich hab so viele (...) meine letzte Firma, wo ich gearbeitet habe war die EVN (...Ausführungen über gutes Auskommen mit anderen 290 Mitarbeitern in Firma, über Geben und Nehmen...)

295

I: Noch ein paar Fragen zu deinen Unternehmen...hast du hier Geschäftspartner, Kooperationspartner?

B1: Beliefern tuen wir niemanden. Wir haben einen Geschäftspartner.

300

I: Woher bezieht ihr die Sachen?

B1: Alles österreichische Betriebe. Wir beziehen unser Fleisch und Salat aus österreichischen Betrieben. Metro, Großmarkt, also rein österreichische Betriebe.

305

I: Und seid ihr mit den anderen Unternehmen hier vernetzt? Gibt es Zusammenarbeit, Vereine, ...?

B1: Eher nicht. Wir sind alle gut miteinander, es streitet sich keiner. Aber so vernetzt...es kommt natürlich vor, dass bei mir die Mayonnaise ausgeht, dass ich dann zum Nachbar gehe und sage „borge mir einen Kübel Mayonnaise“. Der borgt mir halt dann für eine Tag einen Kübel

310 Mayonnaise und am nächsten Tag bekommt er seine Mayonnaise zurück. Aber mehr ist es nicht. Aber man kennt sich. Also ich kenne irgendwie jeden hier. Bis zum Lidl und da rauf und da runter, also 300m rauf und runter kennt ich jeden.

I: Aber es kommt jetzt nicht vor, dass ihr mal sagt: „ok, organisieren wir mal gemeinsam was...“?

315 B1: Ja, leider. Es war (...) ein Straßenfest war mal geplant. Das Problem ist halt, keiner hat Zeit dafür. Man hat keine Zeit dafür. Das selbstständige Leben ist sehr schwer. Ich bin heute um 7 Uhr früh hergekommen und wahrscheinlich geh ich um 12 Uhr in der Nacht heim, wie jeden Tag. Man hat nicht viel Zeit für solche Sachen. Wenn man Zeit hat, will man die mit der Familie verbringen und wenn dann noch einmal Zeit überbleibt, dann mit den Freunden. Also, leider nicht. Das müsste dann schon eine Außenstelle organisieren und sagen: „Heast, wir machen das, und ihr müsst teilnehmen“, dann gehts. Aber so freiwilig, das macht keiner.

320 I: Und bist du in Kontakt mit der Wirtschaftskammer, Wirtschaftsagentur oder ähnlichen Einrichtungen?

B1: Mit der Wirtschaftskammer sind wir in Kontakt, wenn wir Fragen, Anliegen, Problem haben. Unternehmervereinigungen.

I: Welche?

325

B1: Das ist ein türkischer Unternehmerverein. Mysiad. Das ist eine Gruppe von Unternehmern. Also, wenn man dann z.B. einen günstigen Fliesenleger braucht, wenn man Glück hat, ist einer da drinnen. Dann braucht man nicht viel suchen. Der kommt einem dann mit dem Preis nach. So kann man sich gegenseitig unterstützen. Oder hat Rechtsfragen, Schulungen. Z.B. die letzte Schulung war bei uns Betriebshygiene in dieser Unternehmervereinigung. Das Marktamt wurde dazu geholt, die Wirtschaftskammer wurde dazu geholt. Und die haben alle 330 Gastronomen eingeladen, das war Betriebshygiene in der Gastronomie. Erste Hilfe Kurse, auch solche Sachen. Die sind in der Zieglergasse, es gibt aber zwei große. Einer ist auf der Gudrunstraße, dort bin ich auch, die kennen mich auch sehr gut. und einer ist auf der Zieglergasse, zwei unterschiedliche, wobei, die sind keine Konkurrenten. Jeder kennt sich, einer ist halt dort, einer ist da.

I: Und zu Gebietsbetreuung, hast du da mehr Kontakt?

335

B1: Also wir wurden einmal in die Gebietsbetreuung eingeladen. Wir haben unser Anliegen da geäußert, was uns hier stört, was hier gerne hätten, z.B. mehr Parkplätze, mehr Parkmöglichkeiten, mehr Grün, mehr Sauberkeit von der MA48, was leider fehlt. Aber hauptsächlich 340 Parkplätze. Ich hab den Vorteil, dass der Teil von hier bis dort hin eine Kurzparkzone ist. Das ist ein Megavorteil. Aber das ist nicht ausreichend. Wir sind ein Imbiss, die Leute wollen mit Auto kurz da her fahren, sich einen Kebap holen, wieder einsteigen und weiterfahren. Wenn es keinen Parkplatz gibt, der fährt weiter. Und ich verliere den Kunden. Es wäre nicht schlecht, wenn z.B. - meiner Meinung nach sehr einfach - dieses Kurzparkzonenschild bis dorthin (zeigt 20m weiter) zu verlängern. Dann hätten wir 15 Autos, die in der Kurzparkzone stehen würden und nur dafür frei. Dann könnten die Leute hier kurz her fahren, sich bei mir einen Döner holen, beim Nachbarn ein Ladegerät oder für eine Stunde in einem Restaurant was essen. Uns würde es allen gut tun.

345 I: Und hast du das Gefühl da passiert was?

B1: Ich hoffe. Wir haben das erläutert, wir wollen das so haben. Ob da was passiert, ist eine andere Frage. Wäre aber nicht schlecht, es wäre sinnvoll. Wir haben hier ja jetzt eine Kurzparkzone für 4 Autos, man müsste das nur für 15 Autos erweitern. Und dann mal schauen. Ist es besser geworden, dann lassen wir es so. Reicht es nicht aus, verlängern wir es halt. Ist ja nichts Schlechtes. Mehr Mistkübel. Für den Mistkübel 350 (zeigt auf Mistkübel vor seiner Tür, C.A.) hab ich gekämpft, kein Spaß. Das ist das Problem in Österreich, Bürokratie, zu viel Papierkram. Ich bin hingegangen, zur MA 48, ich hab gesagt, ich möchte einen Mistkübel. Die haben mich woanders hingeschickt, die haben mich woanders hingeschickt. Dann hab ich telefoniert, die haben gesagt, wir sind nicht zuständig, hat mir eine andere Nummer gegeben. Ich habe einen Tag damit verbracht, dass ich hin und her laufe, hat nichts gebracht. Einen Tag damit verbracht, dass ich herum telefoniere, hat nichts gebracht. Dann hab ich aufgegeben. Also, nicht aufgegeben. Ich hab schon vorgehabt, woanders einen Mistkübel zu fladern und da zu montieren 355 (Lachen). Und dann hat es sich ergeben mit der Stadtplanung (GB\*, C.A.) und da hab ich bestanden, dass ich da einen Mistkübel will. Ist ja nichts schlechtes, ist ja nicht für mich. Und das ist dann innerhalb kurzer Zeit, also in einen Monat glaube ich, haben die das geregelt. Das hat mich wirklich sehr gefreut. Super! Man kann reinschauen, der ist immer voll. Das heißt, wenn der jetzt immer voll ist, war das, was da rein gehört hat, immer am Boden. Wir wollen dass alles sauber ist, mir wäre sogar recht, wenn da vorne auch einer ist. Also ich kann mir nicht vorstellen, dass der soviel kostet, der Blechkübel. So viel Geld hat Österreich. Also, mehr Mistkübeln! Das bringt! Und ein bisschen kehren 360 vielleicht, und ein bisschen mehr Grün, Sitzmöglichkeiten, Brunnen. Trinkbrunnen. Irrsinnig wichtig. Wir haben das Eisgeschäft drüben, wie gesagt, es sind hier Menschen, die haben manchmal nicht einmal einen Euro oder Kinder, die haben wirklich kein Geld. Die kommen da zu uns und fragen: „darf ich ein Glas Wasser haben“. Und wir geben das denen. Wir sagen dann nicht nein. Sofort bekommen die ein Glas Wasser. Und hier auch, und drüben auch. Auf Good Will. Ich kenne Gastronomen, die geben das nicht. Die sagen nein. Es wäre nicht schlecht, z.B. dort einen Trinkbrunnen zu haben. In Österreich oder Wien haben wir super Trinkwasser, das beste Wasser auf der Welt. Wieso 365 nicht? Die Leute sollen trinken. Wie es heuer so heißt war, wirklich, die Leute sind kollabiert. Wir haben einen Wasserkrug hingestellt und ein Glas und die Leute haben sich selber eingeschonert und das getrunken. Warum nicht? Das gehört. Und vor allem, für Wien. Wien ist Wien. Wenn dort eine schöne Sitzmöglichkeit wäre, Wasser zum trinken, super Sache. Also, ich wünsche mir, hoffentlich, Trinkwassermöglichkeit, Trinkbrunnen und Sitzmöglichkeiten, vielleicht ein zwei Mistkübel noch her und die Sache hat sich. Das kann nicht viel kosten. So viel Geld werden wir sicher haben. Wenn man den Leuten zeigt, auch diesen Leuten die hier leben, wir machen hier was für euch, ich bin mir sicher, es kommt zurück. Wie gesagt, Geben und Nehmen. Und da bin ich mir 100% sicher. Wir haben dort (zeigt ein paar Meter weiter, C.A.) eine Bank, 370 schau dir das bitte an, die ist seit 4 Monaten kaputt, die zerfällt schon. Wie schaut das aus. Es setzt sich keiner drauf, jeder hat Angst, dass er mit der Bank umstürzt. Oder diese Trafos (...) man könnte es schön verkleiden, wenn man es nicht wegbauen kann. Schön verkleiden, ein anderes Konzept sich ausdenken, einfach nur verschönern. Und dann einfach mal schauen, wie reagieren die Leute. Schau dir das bitte mal an (zeigt noch mal auf die Bank), wie das steht, auf dem einen Bein. Es setzt sich keiner drauf, die Leute haben Angst. Aber wir leben mitten in 375 Wien. Man kann das sicher machen. Einfach mal eine Bank hier schaffen, vielleicht ein bisschen aus Edelstahl, was nicht so schnell kaputt geht, ein bisschen Farbe reinbringen, einen Trinkbrunnen, was Modernens, was schönes. Und einfach mal schauen.

I: Noch ein paar kurze Fragen. Du bist der Eigentümer?

380 B1: Ja, Geschäftsführer.

I: Gibts dann einen Eigentümer?

B1: Wir mieten das ja an vom Eigentümer. Der Eigentümer ist der, der das Geschäftslokal wirklich gehört, vom Grund.

385

- I: Ok, also der Hauseigentümer.
- B1: Also, mir gehört alles was du siehst. Aber das Lokal selber gehört nicht mir. Ich muss Miete zahlen
- 390 I: Und ist das ein Privater oder ein Immobilienunternehmen?
- B1: Das ist ein Immobilienunternehmen.
- I: Wie ist es hier mit der Miete?
- 395 B1: Ich kann dir sagen, was ich zahle. Das sind 3000 Euro.
- I: Und wie viele m2?
- 400 B1: 160m2, 20 Euro pro m2. Es ist an der Schmerzgrenze. Könnte günstiger sein. Wobei, jeder denkt an sich. Es ist so. Wenns nach mir geht, so wenig wie möglich. Und der andere, soviel wie möglich, logisch. Aber es liegt an der Schmerzgrenze 20 Euro pro m2. Also doppelt so teuer wie eine Wohnung.
- I: Hast du, außer dem Eisgeschäft, noch ein Unternehmen?
- 405 B1: Nein.
- I: Wie viele Mitarbeiter hast du insgesamt?
- 410 B1: In der Eissaison haben wir natürlich mehr. Fixe Mitarbeiter hab ich (im Döner´ci) 7, manchmal 6, manchmal 7. In der Saison kommen nochmal drei Leute dazu, also 10.
- I: Und die Mitarbeiter, sind die hier aus dem Bezirk?
- 415 B1: Teilweise ja. Zwei sind aus dem Bezirk, die wohnen gleich da oben. Einer ist aus Traiskirchen, einer aus dem 2. Bezirk, kommt darauf an.
- I: Und wie kommst du zu den Mitarbeitern?
- B1: Facebook. Inserat. Manchmal durch Bekannte, man sagts halt weiter. Es ergibt sich. Irgendwie ergibt sich. AMS.
- 420 I: Und bietest du auch Lehrstellen an?
- B1: Nein.
- 425 I: Wäre das möglich?
- B1: Von der Struktur her, vom Geschäft nicht. Wir sind ein Gastronomiebetrieb, aber kein richtiger. Wir haben kein al a Carte Menü, kein Alkohol. Wenn einer Koch lernt, dann muss einer mit all dem arbeiten. Auch mit Schweinefleisch. Und das ist das Hauptproblem in Österreich. Wir können keine Lehrlinge ausbilden, weil wir kein Schweinefleisch verarbeiten. Dadurch, dass wir das nicht verarbeiten, dürfen wir keine Lehrlinge ausbilden. Weil ein Koch muss mit Schweinefleisch arbeiten können. Und da fängt das Problem an. Oder ein Koch muss mit Bier und Wein Saft arbeiten. Dadurch, dass wir das alles nicht haben dürfen wir keine Lehrlinge ausbilden. Und machen wir nicht. Aber es gibt jetzt eine Gruppe von Leuten, gescheite Leute, die in der Wirtschaftskammer versuchen, das durchzubringen. Wobei, ich glaub nicht, dass es durchgeht. Die versuchen vorzubringen, dass so was möglich ist. Es würde ja auch ein Lehrkurs reichen, ein Kurs, nicht Lehrstelle, sondern ein Kurs, dass wir halt Kebapverkäufer ausbilden. Wäre ein Beruf mehr. Das sind halt Jugendliche, denen halt die Kebapbranche, Kebap schneiden, Pizzamachen einfach zeigen. Der muss deshalb kein Fünf-Sterne-Koch werden, da wird dann auch kein Koch. Der wird dann vielleicht Döner Koch oder Pizza Koch. Das ist ja nichts schlechtes. Hat er dann einen Beruf, kann er wo arbeiten gehen.
- I: Also, wenn es rechtlich möglich wäre, würdest du auch Lehrstellen anbieten?
- 440 B1: Ja, warum nicht. Der lehrt dann da was. Bevor er wo arbeitslos herum läuft, soll er irgendwo Döner schneiden, warum nicht. Ist auch eine Arbeit. Ist ja nichts schlechtes. Man müsste diese Politik, diese Gesetze, das ist das Hauptproblem. Manche Gesetze sind unlogisch. Man kann nichts ausbalancieren. Stur, nein, so ist es. Aber so geht es nicht.
- I: Viele Gesetze gehen nicht mit der Zeit. Wenn sich was verändert in der Gesellschaft, müssen sich halt die Gesetze auch anpassen.
- 445 B1: Genau. Bevor jetzt da hundert Jugendliche arbeitslos herumrennen, in der freien Wildbahn, sollen sie irgendwo, bei uns oder woanders das wenigstens nur anlernen und von mir aus bei uns arbeiten oder woanders arbeiten. Aber das geht leider nicht, weil das Gesetz erlaubt es nicht. Ok, wir können das schon machen, ich kann jemanden aufnehmen, wo ich sag - hab ich auch öfters gemacht, das mach ich sehr oft - ich schau mir die Jugendlichen an, sage, der hat Potential, nimm den auf, obwohl der überhaupt keine Ahnung hat. Bring das dem bei drei Monate lang und wenn ich Glück hab, bleibt er dann hier. Aber auf meine Kosten. Den zahl ich drei Monate seinen Gehalt, aber hab nix von ihm. Ich hab nix von ihm. Der hat sein Geld, lehrt das, ich hab ihn dann auf meine Kosten ausgebildet, auf teure Kosten. Und wenn ich Glück hab, bleibt er bei mir. Wenn ich Pech hab, geht woanders hin und arbeitet dort um vielleicht ein bisschen mehr. Nur wenn das irgendwie gefördert wäre, dann würd ich natürlich sagen, ich würd diese Leute natürlich aufnehmen, ausbilden, ob er dann bleibt oder nicht, ist mir wurscht. Es ist auch so, warum werden nicht so viele Lehrlinge ausgebildet in Österreich, weil es irrsinnig viel kostet für einen Lehrbetrieb. Deswegen will ja keiner Lehrling aufnehmen. Aber wenn der Staat das mehr fördern würde, sagen würde, wir übernehmen alle Kosten vom Lehrling, vom ersten Tag bis zum Abschluss, und wenn der das positiv abschließt, die Lehrabschlussprüfung, gibts ein Zuckerl fürs Unternehmen, da meine ich, vielleicht ein bisschen was von der Steuer weg oder von der Krankenkassa was weg, ein bisschen was, das wär ein Zuckerl. Dann würde es auf einmal mehr Lehrbetriebe geben. Es gibt aber nichts. Wieso soll man sich diese Mühe antuen? Das ist das Problem. Die Leute sind faul. Mir wäre am liebsten, wenn sich einer perfekt auskennt, der fängt jetzt an und drei Minuten später kann der schon alles. Super, mehr will ich nicht.
- 460 Denn ich kann in der ersten Minute schon durch ihn Geld gewinne, mit ihm, mit ihm verdienen. Aber wenn ich ihm drei Monate, vier Monate lang was beibringen muss, bringt das nichts.

- I: Darf ich noch fragen, wie alt du bist?
- 465 B1: 80er Baujahr, also 34 bin ich.
- I: Und, was hast du für Zukunftsaussichten oder -absichten hier mit dem Geschäft. Hast du besondere Pläne, Strategien, ...?
- B1: Also, natürlich mehr Umsatz logischerweise. Noch schöner, noch besser, mehr Umsatz. Vielleicht in Zukunft ein drittes Geschäft, Eis oder Imbiss, wie es sich ergibt, aber das hat noch Zeit. Derweil bin ich hier eh voll ausgelastet.
- 470 I: Und bist du mit dem Standort hier jetzt zufrieden?
- B1: Ja, ich bin zufrieden. Aber ich schau darauf, dass das ordentlich, perfekt läuft.
- 475 I: Wie lange bist du schon hier in der Quellenstraße?
- B1: 4 Jahre.
- 480 I: Hast du das Gefühl gehabt, innerhalb dieser 4 Jahre hat sich was verändert?
- B1: (Lachen) Nein. Überhaupt nicht. Wir haben uns nur verändert. Also z.B. das Lokal hier. Ich hab alte Fotos von dem Wettbüro, wie wir das übernommen haben, das hat grauslich ausgesehen. Da waren so Kunststofffenster drinnen, so kleine, foliert, dass man ja nicht reinsehen kann. Da sind komische Leute rein und raus gegangen. Und wir haben das dann übernommen, in schönem Grün, beleuchtet, Auslage. Und wirklich, die von der Stadtverwaltung haben gesagt, danke! Gut, dass ihr das übernommen habt. Gut, dass das jetzt wieder einheitlich aussieht, nach was aussieht, und nicht so irgendein komisches Lokal ist, wo man nicht weiß, was da drinnen ist. Und so öde. Es war so öde. Wenn man davor gestanden ist, man ist einfach schnell weiter gegangen. Aber jetzt schauts super aus.
- 485 I: Also den Teil habt ihr erst später dazu gekauft?
- 490 B1: Ja, seit einem Jahr. Du wirst lachen, Gäste aus dem Hotel kommen und machen hier sogar Fotos, Selfie Foto. Urviele machen das. Denen gefällt das hier. Ja, es ist alles so bunt und anders. Und wir wollen auch anders sein, wir wollen nicht einheitlich sein, wir wollen schon anders sein. Die kommen da her, machen da Foto, geben das ins Internet rein...
- 495 I: Machen gleich Werbung.
- B1: Ich würde mir wünschen, dass alles mindestens, wenn nicht schöner ist als das (sein Lokal). Es soll alles schön sein. Die ganze Straße, weil das bringt uns noch mehr Kunden. Wenn alles schön ist, bringt das noch mehr Kunden. Aber es ist nicht schlecht. So tragisch ist es nicht. Aber es könnte besser werden. Trinkbrunnen, Sitzmöglichkeiten, Mistkübel...Z.B. was ich schade finde, Weihnachtszeit, Weihnachtsdekoration, leider gibt es die nicht. Könnte man die ganze Quellenstraße machen. Da leben so viele Leute, das könnte man doch machen. Vielleicht nicht so wie auf der Mariahilferstraße oder auf der Kärntnerstraße, ok, das ist was anderes, aber was günstigeres, was einfacheres. Dass man den Leuten auch sagt, "jetzt schau, wir machen das für euch". Egal ob wir Weihnachten feiern, oder nicht. Mir gefällt's ja auch. Auch wenn ich es nicht feiere. Aber vielleicht hat der Bezirk nicht so viel Geld, ich weiß es nicht.
- 500 I: Aber tauscht du dich über solche Dinge auch mit anderen aus? Haben die glaubst du dasselbe Bedürfnis?
- 505 B1: Punkto Parkplätze, Mistkübel, ja. Wir waren alle der gleichen Meinung. Parkplätze, Mistkübel, irrsinnig wichtig. Sitzmöglichkeiten ist für mich Anliegen. Und Trinken ist für mich einfach nur eine mächtige Sache. Das hat nichts mit dem Platz zu tun. Meiner Meinung nach gehört in Wien noch mehr öffentliche Trinkmöglichkeiten, wo die Menschen ihre Grundbedürfnisse machen können. Das ist meiner Meinung nach sehr wichtig. Der verdurstet ja! Wenn der kein Geld hat, der verdurstet ja. Wenn da wer ist, der sich nicht traut, ein Schüchterner, der kippt ja um. Wir haben für alles Geld. Wenn ich mir anschau, wie viele Millionen in die Luft geschmissen werden, angefangen von Eurofighter bis was weiß ich was, für Kriegsgeräte und andere Sachen. Dann können wir uns glaub ich schon einen Brunnen leisten. Aber das muss die Stadt, der Bezirk wissen. Die Bezirksvorsteherin muss das entscheiden. Ich hoffe, dass sie das dann auch macht.
- 510 I: Aber steht dann z.B. die Unternehmervereinigung, von der du vorher gesprochen hast, mit dem Bezirk in Kontakt? Haben die miteinander zu tun?
- 515 B1: Wenn diese Bedürfnis da ist, schon, warum nicht. Aber es ist hier das Problem, wie gesagt, keiner...Ich würde jetzt auch nie zur Bezirksvorsteherin hingehen und sagen, ich möchte einen Brunnen da haben. Ich hab weder die Zeit. Und dann diese ganze Bürokratie. Dann heißt es, Sie müssen einen Antrag stellen, Sie müssen das machen. Stadtbildverwaltung, MA19, MA 27, MA das...und dann sagt man, scheiße. Irgendwann sagt man dann mal, Gartenschlauch raustellen (Lachen). Das wäre nicht schlecht, wenn das einfacher wäre. Eine Ansprechperson. Auch sinnvolle Sachen werden zu viel diskutiert. Ist so was Sinnvolles, mach ma das! Nein, müssen 10 Leute her, eine ganze Kommission, dann müssen von überall Leute her, der her, der her...und dann wird einmal diskutiert 5 Stunden lang und im Endeffekt heißt es, wir treffen uns wieder in 6 Monaten. Dann kommen die 6 Monate, wir diskutieren das noch einmal, wenn man Glück hat, gehts durch, wenn nicht, Pech gehabt. Dauert zu lange und ist so komplex. Dann macht das keiner. So wie die kaputte Bank.
- 520 I: Eigentlich denkt man sich Kleinigkeiten, aber anscheinend mit großen Umständen. So ich glaub, ich hab eh alle meine Fragen gestellt. Danke, dass du gleich Zeit gehabt hast!
- 525 B1: Ich hoffe, es bringt was.
- 530

**Interview Unternehmer 2a und 2b (Besitzer und Geschäftsführer) (B2a; B2b), Friseur; Modegeschäft, Quellenstraße – 18.9.2014, 25Min**

- 5 I: Sie haben ja mehrere Geschäfte hier auf der Straße...  
B2a: Ja, fünf, auch in der Gudrunstraße und Favoritenstraße.
- I: Seit wann gibt es die Geschäfte?
- 10 B2a: Seit 2006 erste Geschäft, andere 2010 und 2011.
- I: Warum haben Sie die Quellenstraße als Standort gewählt?
- 15 B2a: Vor sechs Jahren wir haben ganz günstig bekommen Geschäft, dann haben wir genommen. Miete war günstig, keine Ablöse, gar nichts. Quellenstraße ist ganz anderes geworden. Wir haben das gemacht. Alle die Nachbarn, wir haben bringen. Wir haben Geschäfte gefunden, wir haben gesprochen mit Nachbarn, wenn jemand zusperrten, die Leute wir bringen. Ja, so ist das.
- I: Und was sehen Sie für Vorteile in der Quellenstraße?
- 20 B2a: Vorteil ist die 6er Straßenbahn. Das ist für uns ganz wichtig. Wäre nicht schlecht noch eine Straßenbahn, noch eine Station. Und zweitens Parkplatz. Unsere Kunden ist von der Parkplatz jede Beschwerde. Die Kunden machen 20 Runden, kein Parkplatz. Ich komme in der Früh 8.00 Uhr, ich mache auch 20, 30 Runden. Das braucht eine Lösung.
- I: Und woher kommen die Kunden vor allem?
- 25 B2a: Überall her. Von 1. Bezirk bis zum 23. Bezirk, etc., auch aus der Nähe von Wien. Wir haben türkischen Friseursalon oder türkische Friseurgeschäft, aber die Kunden sind international. Österreicher, Türken, Jugos, Serbisch, Tschechien, Slowakei, Afrikanische, alle, international.
- 30 I: Und haben Sie auch eine Stammkundschaft?
- B2a: Genug, wir haben zum Glück genug Stammkundschaft.
- I: Sie haben schon vom Parkplatzproblem gesprochen. Gibt es sonst noch Schwierigkeiten die Sie hier in der Quellenstraße sehen?
- 35 B2a: Parkplatz (...) Und z.B. jede zweite Monat. Oder zwei drei Mal im Jahr Markt wäre nicht schlecht. So wie Favoritenstraße gegenüber, so was.
- B2b: Er meint Konferenz. Das hat Bewegungen, Bewegung das hat auch wirtschaftlich. Das größte Problem ist Parkplatz. Man braucht 3/4 Stunde, 1/4 Stunde Parkplatz suchen. Wenn die Kunden nicht Parkplatz finden, dann kommen nicht.
- I: Und sind Sie mit den anderen Unternehmern in Kontakt?
- 45 B2a: Sehr gute Kontakt. Ja, mit jede türkische Kontakt.
- I: Und sind Sie auch in einem Verein oder ...
- B2a: Nein. Keine Verein.
- 50 I: Nutzen Sie die Angebote der Wirtschaftskammer?
- B2b: Schauen Sie. Wir machen 10 Euro Haare schneiden, das ist sehr günstig. Aber trotzdem, wir sind im freien Markt. Es gibt Leute, die um 8 Euro schneiden. Da liegt immer Probleme, wenn sie eine große Gruppe, für jeden gibt was anderes. Jeder hat nicht gleiche Miete. Keine Föderation oder gibt nichts. Mieten sind sehr teuer geworden, egal ob Geschäft oder Wohnung.
- 55 B2a: Und was machen Sie nachher mit Zettel, wo geben Sie ab?
- (...)
- 60 B2a: Was kommt raus? Gar nichts. So wie alle anderen.
- (...)
- I: Und wie viele Mitarbeiter haben Sie hier beschäftigt?
- 65 B2b: Zehn Facharbeiter und vier Lehrlinge.
- I: Die kommen hier aus der Umgebung?
- 70 B2b: Überall. Wir haben von Stadlau, von Baden, von 13. von 15., je nachdem.
- I: Wohnen Sie beide hier?
- B2b: Ich habe früher hier gewohnt, jetzt im 21.
- 75 B2a: Im 17. Bezirk

- I: Wie würden Sie hier den Stadtteil beschreiben?
- 80 B2a: 10. Bezirk, der größte Bezirk von Wien. Wie gesagt, wir arbeiten hier...die Preise sind hoch.
- I: Läuft es gut hier?
- B2a: Ab 2012 immer weniger, Wirtschaftskrise. Wenn jeder hat genug, dann ist kein Problem. Ausgabe wird immer höher, Personenlohn höher.
- 85 I: Haben Sie hier in der Quellenstraße auch Geschäftsbeziehungen?
- B2a: Das ist je nachdem verschieden. Sie können von Deutschland bringen, von Italien, von Salzburg, von Wien, ... gut und Preis muss auch passen. Ich kaufe auch vom 10. einige Sachen, aber nicht alles.
- 90 I: In der Quellenstraße gibts ja auch die Gebietsbetreuung in dem Backsteingebäude da vorne. Kennen Sie die?
- B2a: Wo, im Gellertplatz?
- 95 I: Nein, ....
- B2a: Nein nein nein
- 100 I: Würden Sie gerne hier was verändern? Oder wären Sie bereit dazu, was zu veranstalten, am Gehsteig was zu machen oder dergleichen.
- B2b: Das muss die Stadt machen.
- I: Haben Sie besondere Vermarktungsstrategien? Machen Sie Werbung?
- 105 B2b: Über die Konzert, türkische Zeitung. Preislisten. Genug Leute im 10. Bezirk, dann kann ich in Quellenstraße 30 Friseure haben. Es gibt andere Konzern, der was das macht. Wenn sie stehen bleiben, dann müssen Sie da machen, das ist nicht so einfach.
- B2a: Genug Fragen?
- 110 I: Nur noch wenige. Darf ich Sie um Ihr Alter fragen?
- B2a: Ich bin 37.
- 115 B2b: 40.
- I: Sind Sie in Österreich geboren?
- B2b: Nein, in der Türkei.
- 120 B2a: Auch.
- I: Und wann sind Sie nach Österreich gekommen?
- 125 B2b: (?)
- B2a: Ich kann mich nicht erinnern, über 20 Jahre.
- I: Haben Sie die österreichische Staatsbürgerschaft?
- 130 B2a: Ja. Schon lange vor Geschäft.
- B2b: Ja.
- 135 I: Es ist wahrscheinlich auch schwieriger ein Geschäft ohne die österreichische Staatsbürgerschaft zu eröffnen.
- B2b: Eigentlich nicht. Aber Sie müssen akzeptierten, was Stadt will. Wenn Sie Unterlagen haben, wenn Sie hier leben, wenn Sie Visum haben.
- I: Und haben Sie vorher auch schon in dieser Branche gearbeitet?
- 140 B2a: Nein, ich war Baustellenarbeiter, Installateur.
- B2b: Ich habe Beruf gemacht Fliesenleger.
- 145 I: Und warum haben Sie sich entschieden selbstständig zu werden?
- B2a: So.
- B2b: Was sollen Sie mit 1200, 1300 Euro machen? Jetzt ist alles teurer geworden, nach dem Euro sowieso.
- 150 I: Sehen Sie in Wien besondere Probleme?
- B2b: Wirtschaft. Nicht nur Wien, ganz Europa. Jeden Tag wird immer schwieriger.

155 I: Und sind Sie zufrieden mit Ihrer Standortwahl oder möchten Sie lieber woanders in Wien Ihr Geschäft haben?

B2b: Eigentlich nicht, ich bin sehr gewöhnt in 10. Bezirk weil hier Klein Istanbul ist. Aber Gewohnheit. Ich wohne im 21. aber ich gehe dort nur schlafen. Ich bin fast 300 Stunden im Monat im Geschäft. Da müssen Sie wirklich viel Laufen, wenn Sie 14, 15 Personal haben. Jeder hat andere Probleme. Sie müssen wirklich selbstständig, 6 Tage, täglich 12 Stunden. Es ist nicht einfach. Sie haben keine Zeit für Familie, keine Zeit für Freunde, Sozialleben ist tot, Urlaub können Sie auch nicht viel gehen. Ohne Geschäftsführer wird nicht sehr gut laufen.

160

I: Das ist der Nachteil, wenn man selbstständig ist.

B2b: Selbstmord.

165

I: Was glauben Sie ist ihr Beitrag für die Quellenstraße oder für den Stadtteil?

B2b: Wir bedienen die Leute. Wir haben genug Stammkunden, wir sind seit neun Jahren hier. Auch preismäßig sind wir gut, von der Qualität her sind wir sehr gut, kann ich laut sagen. Sie können die Hälfte des Preises was die österreichische Friseur hat, die Hälfte zahlen und zweimal bessere Qualität bekommen. Weil das ist unsere Arbeit. Das können nicht jeder. Von Friseur her ... zuerst kommen die türkischen Friseure, dann kommen die, für mich halt, ich hab alle gesehen, die jugoslawische, serbische, bosnische, ungarische, österreichische. Sie können nicht so gut. Ok, es gibt schon. Aber jeder macht anders. Von der Preis sind wir sehr günstig. Da gibts so viele am Markt, da müssen Sie eine Kuchen teilen. Preise ist erste Blick, ok aber, Sie kommen hier Haare schneiden. Wenn die Haare nicht passt (...) Kunden behalten ist nicht so leicht. Man kann schnell viele Kunden haben, aber Wirklichkeit, ob man diese Kunden halten kann oder nicht. Das ist nicht nur für unsere Bereich, aber generell. Ich hab auch Baufirma gehabt. Ich habe so viel Aufträge gehabt, was ich nicht könnte. Aber ich habe nur versprochen, was ich kann. Wir versprechen nur, was wir können. Nichts anderes. Wenn wir nicht schneiden können, dann sagen wir, wir schneiden das nicht, dann machen wir zu.

170

175

I: Sie sind ja schon neun Jahre hier und haben auch vorher schon hier gelebt. Hat sich hier in der Quellenstraße was verändert?

180

B2b: Von geschäftsmäßig hat sich was geändert, aber eigentlich 10. Bezirk ... nicht so viel. Ja, vielleicht einige neue Gebäude aber mehr nicht.

I: Und wie meinen Sie das "von den Geschäften her"?

185

B2b: Wie gesagt, ich bin ausgelernter Fliesenleger, ich habe Fliesenlegerfirma gehabt. Auch im 10. Bezirk. Aber Baustellen sind überall, Wien und Umgebung hab ich gemacht. Wie ich gesagt habe, wenn die Qualität passt, wirds schon weiter gehen. Aber wenn einige Trottel was rauskommt und nicht zahlt, Sie können gleich untergehen. Ich habe einige Firmen, die nicht gezahlt haben. Bei diesem Geschäft können Sie gleich kassieren, aber wenn Sie eine Baufirma haben, dann müssen Sie eine Rechnung stellen, dann müssen Sie warten, wenn er nicht zahlt ... Ein Geschäft führen, man braucht Risiko, ohne Risiko geht nicht.

190

I: Wissen Sie was vorher hier war?

B2b: Tapezierer.

195

I: Und Sie mieten das jetzt?

B2b: Ja.

I: Kurz noch zu den Mitarbeitern. Wie finden Sie ihre Mitarbeiter?

200

B2b: Wenn mir passt, dann kann ich behalten ... da brauchen Sie in Wirklichkeit berufserfahrende Leute. Weil ein Geschäft braucht zuerst Disziplin, Pünktlichkeit, wenn ich selber Friseur bin.

(...)

**Interview Unternehmer 3 (B3), Handyladen, Quellenstraße – 23.9.2014, 1h16Min**

I: Sind sie hier auch Mitbetreiber des Geschäfts?

5 B3: Er (Herr Ayhan Erkara, C.A.) ist Betreiber und ich habe jetzt, während er über den Sommer auf Urlaub war, das Geschäft betrieben.

I: Und sonst sind Sie hier (...)

10 B3: Beschäftigt. Ich komme drei bis viermal in der Woche ihm helfen. Und ich weiß ganz genau, wie alles abläuft. Wenn er halt auf Urlaub geht, bin ich der Vertreter.

I: Wie lange arbeiten Sie schon hier?

15 B3: Vier, fünf Jahre.

I: Seit wann gibt es das Geschäft?

B3: Seit 9 Jahren. 2004 oder 2005.

20 I: Und was bieten Sie alles an?

B3: Paketservice, DBT. Wenn Sie nicht zuhause sind, werden die Pakete bei uns gelagert, sieben Tage lang. Sie haben Zeit sieben Tag bei uns die Pakete abzuholen. Dann CDs, Filme, Kopieren, Handyreparatur, etc.

25 I: Wie funktioniert das mit den Paketen?

30 B3: Es ist vom Paketdienst DBT. Die haben Fahrer eigene, die kommen zu dir nach Hause. Die läuten, wenn sie dich zu Hause nicht finden, dann hinterlassen sie eine Nachricht, dass Paket bei uns gelagert wird sieben Tage lang. Sonst geht das in Depot, dann versuchen sie es nächsten Tag noch mal. Beim dritten Versuch geht automatisch zum Absender. Das zu vermeiden, haben wir eine Stelle hier, sieben Tage die Leute haben Zeit, das Paket hier abzuholen.

I: Wissen Sie, warum der Besitzer des Geschäfts diese Branche gewählt hat?

35 B3: Es war damals kein Anbieter türkischer Musik, CDs, Filme zum Verkauf. Der hat Lücke gesehen, er sagt "ok, da kann man CDs, Filme, alles anbieten" Kassetten. Früher war diese Radiokassetten, das gibts heute nicht mehr. Er hat eine Lücke gesehen, hat das geöffnet. Dann hat sich entwickelt mit Paket usw., weil so viele Leute rein und raus kommen. Dann hat sich DBT interessiert, ob sie mit denen arbeiten wollen. Und dann haben wir mit denen Vertrag abgeschlossen, dass wir Pakete für die lagern.

I: Und was sehen Sie hier an der Quellenstraße für Vorteile?

40 B3: Es ist eine gute Fußgänger. Viele Leute. Es gehen so viele Leute vorbei. Und das ist interessant. Damals haben wir hier viel reparieren müssen, deswegen ist auch die Miete so wenig, sagen wir so, akzeptabel. Der einzige Grund ist eine große Straße, es kommen so viele Leute vorbei, fährt Straßenbahn vorbei. Das ist der einzige Grund. Wenn man es in einer kleinen Gasse macht, wo keine Leute vorbei kommen, dann hast du weniger Chance zum Geschäft.

45 I: Und was Sehen sie für Nachteile hier, oder gibt es Dinge, mit denen Sie weniger zufrieden sind?

50 B3: Vorteile ist, dass so viele Leute hier vorbei spazieren. Nachteil ist, dass jeder Meter gibts gleiche Geschäft. Also, Handyreparatur und (?). Das einzige was wir Unterschied haben, wir bieten auch CDs und Filme an, nicht nur türkisch, auch deutsch, jugoslawisch. Angebot für andere Länder auch. Und die Paketdienstleistungen. Ansonsten haben wir keinen Unterschied zu anderen Geschäften.

I: Aber wie das Geschäft gegründet wurde, gab es noch nicht so viele?

55 B3: Nein, war nicht. Wir waren die einzige mit den CDs und Film. Handygeschäft war damals sehr wenig. Die Handygeschäft hat ja vor ein paar Jahren geboomt, das ist wie mit den Kebapständen. Die sind auch jetzt wie (...) vor zehn Jahren waren keine Kebapstände, da waren nur ein paar Stück in ganz Wien. Jetzt, bei jeder 100 oder 200 Meter ist ein Kebapstand. Jeder, der Ahnung hat oder nicht Ahnung hat, macht diese Geschäft auf. Leider es ist aber so, das ist die Wahrheit.

I: Und das Geschäft, geht es gut?

60 B3: Es geht schon gut, dadurch dass wir auch Paketservice haben. Aber viele unterschiedliche Leute. Wenn sie kommen, die schauen, aha, da gibts Angebot, die fragen was, gefällt ihnen, dann fällt ihnen was auf, dass sie was brauchen, dann kaufen sie mit. Das ist der einzige Vorteil. Wenn wir die Paketleistung nicht gehabt hätten, wäre wahrscheinlich weniger Geschäft.

65 I: Gibt es noch andere Nachteile, die Sie hier sehen, oder Dinge, die gerne ändern möchten?

70 B3: Ja. Z.b. die Handyreparatur haben wir bis vor kurzem nicht gehabt. Wir haben einen neuen Mitarbeiter eingestellt, der kommt ein- bis zweimal in der Woche und wir können jetzt auch Handy reparieren. Es wird langsam besser. Aber dadurch, was Leute früher wegen Internet besucht haben, fehlen jetzt, weil schon jeder zu Hause Internet hat oder Handy. Also, du musst anbieten Spiele. Und das bieten wir nicht an. Weil da kommen Kinder, und das ist gewalttätig. Und das ist unsere erste Linie, das tut man nicht. Deswegen siehst du bei uns keine Kinder. Gleich vor ersten Tag, haben wir gesagt, "Nein, keine Spiele", wenn sie Internet surfen wollen, kein Problem. Aber Spiel spielen, nein. Auch für die Großen tuen wir nicht. Also jeder fragt, ob wir Spiele haben und wir sagen nein. Wir lehnen das ab. Das ist gewalttätig. Dann schaut aus wie in Amerika, jeder schießt überall ab. Das wollen wir nicht, Gewalttätigkeit.

75 I: Und sehen Sie hier in Wien bestimmte Schwierigkeiten oder auch besondere Möglichkeiten, die man als Unternehmer hat?

B3: Schwierigkeiten? Es gibt sicherlich Schwierigkeiten, gute Seiten gibts auch. Schwierigkeiten ist die, die Lokale oder Geschäfte mal zu finden, zu zahlen. Da musst du eine Anzahlung machen. Der will Ablöse haben, das ist schwer. Viele Geschäfte gibt es nicht, wenn, dann extrem teuer. Wenn die 2000, 3000 Euro verlangen für die Geschäft, das ist schwer, das Geld erst mal zu verdienen. Dann musst auch einen Gewinn leisten können. Nur wenn du arbeitest für die Miete, das bringt auch nichts. Das sind die Schwierigkeiten. Es gibt schon Geschäfte, aber mittlerweile extrem teuer. Jeder will Ablöse haben, 30.000, 40.000 Euro. Dann wollen sie so viel Miete. Dann musst rechnen Strom, Gas, jetzt kommt Winter, es wird geheizt. Dann stellst du vielleicht einen Mitarbeiter, den musst du bezahlen. Das wird dann immer heftiger. Nach sechs oder sieben Monaten sperrt er wieder zu. Das sind einige Nachteile in so einer Großstadt. Wenn dann muss, wie gesagt, die Quellenstraße, was viele Leute passieren, muss man extra was anbieten können, dass du Leute locken kannst und dann mal ein bisschen was verdienen kannst. Schwierigkeiten gibts immer. Und der Staat ist immer bei dir. Du musst schauen, dass du jeden Tag Rechnungen schreibst. Wenn du eine Kontrolle hast, dann kann es Strafen geben. Und hinter die Verkaufsfläche darf keine andere Person stehen, als die, die angemeldet ist. Die Stadt lässt nicht in Ruhe. Die drücken nicht einmal Auge zu, das ist das Problem. Z.B. du bist Kunde und willst das WC benutzen, gehst nach hinten und wenn du wieder kommst, ist der Kontrolleur da, „was macht er“? Du kannst nicht erklären, der wollte WC benutzen. Bis du dann erklärst, ist enorm Kraft, verlierst viel Kraft. Deswegen sagen wir manchmal, wir haben kein WC. Also, es gibt schon Schwierigkeiten. Aber es gibt auch positive Seiten.

I: Und was sind diese positiven Seiten?

B3: Du tust viele Leute kennenlernen. Jeden Tag kommen neue Leute, es kommen täglich 100 Leute rein. Verschiedene Leute, verschiedene Probleme. Und dann denkst du, "Gott sei Dank, mir gehts gut." Da gehts mir schon besser. Du kannst sehen, dass andere Leute auch Probleme haben und du nicht (...) ok, mir gehts schon besser. Das ist einer der Vorteile.

I: Und allgemein, wie würden Sie das Quartier hier um die Quellenstraße beschreiben?

B3: Beschreiben? Es ist so laut. Also ich wohne oben in Laabergstraße, bei Monte Laa, diese neue Siedlung. Wenn ich Balkon rausgehe ab 19.00 Uhr, das ist sehr ruhig. Da kann man sich relaxen. Aber wenn du stehst sechs Tag von 9.00 bis 20.00 Uhr – also das Geschäft hat 6 Tage offen, spätestens 8.50 Uhr sperren wir auf und spätestens 20.10 Uhr sperren wir zu – wenn du sechs Tage hier arbeitest, die Straßenbahn fährt vorbei, in der früh Kinder laufen vorbei, Mittag Kinder laufen vorbei, Nachmittag ist ein bisschen noch stressiger, weil die Leute gehen nach Hause von der Arbeit, es ist so laut. Das ist auch manchmal gut, die schauen rein in das Geschäft. Manchmal ist das unangenehm. So viele Leute auf einem kleinen Gebiet. Das ist es. Und wie du siehst, hast du jeden Meter ein Geschäft hier laufend. Die reden laut, da gibts das Angebot, da gibts das Angebot, das hörst du alles mit. Das musst du immer mitverfolgen. Auch die Angebote, das musst du auch mitmachen. Am Abend kannst dann relaxen, da fährst du nach Hause. Wie gesagt, so kann man es hier beschreiben. Leben. Hier lebt. Ab 20.00 Uhr ist es tot. Dann ist das Leben fast am Ende. Aber im Gegensatz zu Türkei z.B., in Istanbul, die Stadt lebt 24 Stunden. Die ist nie fertig. Da kommen immer viele Leute vorbei, egal ob es ist Vormittag, Nachmittag, Abend, in der Früh. Hier kannst du wenigstens (...) du weißt, du kommst erst kurz vor 9.00 Uhr, sind schon alle in Schule, hast du deine Morgenruhe. Aber Mittag gehts los bis um 20.00 Uhr. Aber dann ist es wieder ruhig. Das ist das einzige, wie ich es hier beschreiben kann. Es ist laut und kommen so viele Leute. Für eine kleine Quadrat so viele Leute. Das ist das. Favoritenstraße, Quellenstraße, ok, die Nebengassen vielleicht nicht, Gudrunstraße, Geschäfte, viele Leute. Ich weiß nicht, wie die Leute das aushalten. Ich kann das nicht.

I: Also, wohnen möchtest du dann nicht hier?

B3: Nein, es ist schon genug (Lachen) Deswegen wohne ich draußen, ich brauche auch ein bisschen Ruhe, abschalten können. Weil es ist, wie gesagt, es *lebt* hier. Du siehst, die Quellenstraße lebt den *ganzen* Tag von 7.00 Uhr in der Früh bis um 20.00 Uhr, dann ist wieder Ruhe. Das ist schon genug, dann brauchst du wieder was zum abschalten. Oder freie Tage nicht herkommen, da bleibst du einfach zu Hause.

I: Und was glauben Sie, ist die Rolle des Unternehmens hier oder von Ihnen für das Quartier?

B3: Von allen muss ich sagen. Wenn du hier siehst, Quellenstraße, es ist sehr wenig Geschäfte mit österreichischen Inhaber, richtigen Österreichern. Wir sind die Leute, die aus Österreich integriert worden, also österreichische Staatsbürgerschaft aber (...) wie sagt man das, ja, wir sind integriert. Wir haben österreichische Staatsbürgerschaft, wir haben das bekommen. Wir sind auch Österreicher, aber mit türkischer Abstammung. Und deswegen, was du hier siehst, sind lauter Leute mit Ausländerabstammung und jede zwei Meter gibts eine türkische Geschäft oder andere Länder. Aber sind nur Ausländerabstammung. Und deswegen ist immer viel los. Weil die kommen hier rein, reden, du erklärst ihm, was geht, was nicht geht. Er geht rüber, der kann jugoslawisch, der kann auch jugoslawisch. Die Leute unterhalten sich hier, kommen hier her, die Alten, nur weil sie manchmal nicht deutsch können. Die Jungen gehen eh sowieso überall hin. Und deswegen ist hier immer was los. Es sind meistens alte Leute, die sich nicht gut ausdrücken können, die kommen, will das haben. Oder er hat Papierkram und sagt "kannst du mir helfen das ausfüllen". Wir füllen das aus, wir tun das schicken per email oder per fax z.B. Pensionsanstalt oder Wiener Gebietskrankenkasse. Oder er hat Probleme beim Finanzamt, er muss Jahresausgleich machen. Es sagt wieder "tuts mir das füllen", wir tun das. Das macht fast jeder in der Straße. Wir haben so viele Anträge hier ausgefüllt, jetzt kenn ich mich schon alles aus. Früher nicht. Aber wenn jemand mit einem Antrag kommt, ich sage "ich brauch diese Papierkram. Das das das brauchst du als Kopie, mitschicken, sonst passiert das nicht". Er sagt "danke, in Ordnung." Dann bringt er die ganzen Papiere, ich kopiere es, hefte, ich sage "entweder bringst selber hin oder ich schicke per mail". Oder was weiß ich, Wohnungsbeihilfe, Kinderbeihilfe. Wir füllen alles aus. Deswegen ist hier so laut. Die Leute kommen, die wissen ganz genau, "ah, der kann mir helfen." Ich kann seine Muttersprache und ich kann deutsch. Deswegen hier wird alles angezogen und es lebt so. Es ist nicht wie in Favoritenstraße. In Favoritenstraße sind große Geschäfte. Du gehst rein, das gefällt dir, kaufst. Aber er wird dir nicht mit deine Probleme helfen. Wenn du zum Deichmann gehst, sagst "ich hab Papiere, bitte ausfüllen" er wird Kopf schütteln "brauchst du Schuhe oder gehst raus" (Lachen) Also hier ist nicht nur das Geschäft, also CDs verkaufen oder Pakete versenden. Die Leute kommen auch mit die Probleme, was sie nicht auskennen. Die bringen Briefe, die wissen nicht, was da oben steht, die verstehen es nicht. Du liest, übersetzt das, sagst denen, was sie machen sollen. Weil manche ignorieren das. Du liest ihm vor und er weiß nicht, was er tun soll. Dann sagst "Bitte ruf an". Die Probleme ein bisschen zu erleichtern. Und deswegen spazieren viele Leute mit Ausländerabstammung und die gehen in die Geschäfte rein, deswegen lebt dieses Geschäft. Ein bisschen stressig, aber es geht. Ab und zu dreh ich mich einfach um. Dann wird das viel manchmal. Du hast Kunden, was Paket abholen will, hast Leute, was Handy kaufen wollen. Musst auf Geschäft aufpassen und gleichzeitig ihm helfen, und du nimmst kein Geld. Du sortierst seine Papiere, tust sie kopieren, ok, gibts Kopiergeld usw., aber das ist dann Privatgeld, wenn du investierst. Das ist einzige Vorteil, wenn du hier Geschäft hast. Deswegen sage ich, du kennst so viele Leute, denkst "wow, was für Probleme der hat". Dann denkst "Gott sei Dank, die Probleme hab ich nicht", dann ist wieder eine Motivation. Aber es ist komisch.

I: Und wer sind dann Ihre Kunden?

B3: Gemischt. Ich kann nicht sagen, so viel oder so viel von da. Es kommen jeden Tag so viele Leute, viele verschiedene Länder. Ich hab hier sogar Kunden aus dominikanischen Republik. Das fängt an von Iranern, Dominikanische Republik, Amerikaner, Nicaruaner, die kommen alle

155 rein und raus. Das ist ein Mischmasch, richtig international. Also, ich kann nicht sagen, 50 % Prozent Türken, 20 % Österreicher, das kann ich nicht. Manchmal kommen einen Tag nur Österreicher, holen Paket ab, regen sich ein bisschen auf. Aber das liegt nicht in meine Hand. Weil die sind nicht zu Hause, die Pakete kommen zu uns, dann schimpfen sie uns, aber mit uns hat das nix zu tun. Weil das ist DBT, die hat eigene Fahrer. Die kommen zu dir nach Hause, die läuten, wenn du es nicht hörst und nicht aufmachst, der fährt gleich los weil der hat 300 Pakete, bringt zu uns. Das ist nicht nur Österreicher, die Türken auch. Die schimpfen auch. Weil wir türkisch können, werden wir gleich bisschen aggressiver, dann schimpfen die zurück, und dann ist es erledigt, er geht weg.

160 I: Und habt ihr auch Stammkunden?

B3: Ja. Wir haben z.B. drei oder vier Damen, das sind unsere Stammkunden. Die kommen hier vorbei, das sind Wienerinnen. Die kommen vorbei, vor der Tür "Guten Morgen, wie schaut es mit meinem Paket aus", "Ah, Frau Engelbert, das ist noch nicht da". Sie geht weg. (Lachen)  
165 So Stammkunden haben wir auch. Aber das ist nur wegen Pakete. So dingsmäßig nicht. Jeder bietet diese Handy oder Guthaben. Wenn er hier nicht hat, dann kauft er drüben, ist wurscht. Aber wir haben auch Stammkunden, mit denen wir sehr gut befreundet sind. Er kommt, sagt, er möchte Guthaben haben 20 Euro aber hat nur 10 Euro. Die anderen 10 Euro kann er die erst Ende des Monats geben, dann sagen wir "Ok, kein Problem". Dann gibt er 10 Euro und kommt Ende des Monats, gibt dir den Rest. Also, solche Stammkunden haben wir auch. Wir führen nicht ein Buch, wer was schuldet. Wenn er vorbeikommt, gibt er her. Du kennst ihn eh. Das ist auch Vorteil von diese Geschäfte. Wenn du z.B. zum Spar oder Lidl gehst, du kannst nicht sagen, "20 Euro Guthaben, aber ich gebe dir nur 10 Euro, den Rest bring ich dir". Das geht nicht. Und bei manche Leute hier, die wenig verdienen, solche Geschäfte wie hier, ist ein bisschen hilfreich. Nicht nur wie wir, sondern auch andere tun das. Er sagt "kein Problem. Bring, wenn du wieder mal vorbei gehst." Und der kommt wieder und bringt. Ob er nächsten Tag kommt oder später, aber er kommt. Er weiß ganz genau, er hat das bekommen, kann er wieder bekommen, aber wenn er zahlt. Und die kommen meistens. Wir haben so ein paar hundert Leute (Lachen). Du kennst die ja, die siehst ihm. Beim nächsten Mal, wenn er nicht bringt,  
175 dann kriegt er nichts mehr, dann braucht er nicht mehr kommen. Aber er kommt dann wieder.

I: Und sind dann die Kunden hauptsächlich hier aus der Umgebung?

B3: Nein, gemischt. Wir versenden auch Pakete. Wir haben einen Partner, wir sind Paketpartner. Es kommen Leute vom 11. Bezirk, schicken mit uns Paket. Vom 16. Bezirk. Es gibt Leute z.B. von 20., 22. Bezirk, die wollen wichtige Dokumente schicken, wir versenden das. Die kennen uns, es ist leichter und wir machen gute Angebote für sie. Wir haben auch Stammkunden, die haben größere Pakete, er ruft an "Wie schauts aus?". Wir sagen, "kein Problem", er versendet eh mit uns. Dann organisieren wir ein Auto, der von ihm abholt.

180 I: Gibts dann auch bestimmte Erwartungen von den Kunden, die an sie herangetragen werden, wo die Kunden sagen, das würden sie gerne haben?

B3: Ja. Wir haben z.B. Kunden, die sagen "Ja, ich bekomme immer wieder Paket. Kann ich direkt zu euch liefern lassen?". Wir sagen "Ja, kein Problem. Aber dann geben Sie bitte unsere Adresse". Dann wissen wir, wir brauchen es nicht sieben Tage später zurück schicken. Dann bleibt es bei uns bis er es abholt. Die lassen Telefonnummer, Adresse. Die geben halt unsere Adresse als Erstadresse. Der kommt zu uns. Wir lagern,  
190 wir haben Telefonnummer, wir schicken SMS "Ihr Paket ist das". Dann kommen sie, holen es ab. Wir haben solche Kunden, 50 oder 60. Wenn sie wichtige Pakete haben, dann geben sie unsere Adresse, wenn es nicht so wichtig ist, dann geben sie eigene Adresse. Sieben Tage, wenn sie nicht abholen von uns, geht weg. Aber wenn sie unsere Adresse angeben, dann bleibt das drei, vier Monate.

195 I: Und das sind wahrscheinlich Leute, die hier in der Umgebung wohnen?

B3: Ja, das ist von ganzen 10. Bezirk. Wer wohnt z.B. da unten in der Hasensiedlung, der fährt Urlaub, gibt unsere Adresse, er ist zwei, drei Wochen unterwegs. Wenn er zurück kommt, hat er immer noch Paket. Ansonsten wäre das sieben Tage später wieder retour geschickt. Wir müssen das tun, weil das von der DBT verlangt wird. Also, das bieten wir auch an. Dass ist nicht nur für bestimmte Leute, das ist für alle. Wir sagen auch denen, "wenn ihr was wollts, kein Problem, gebts unsere Adresse". Es kommt zu uns, wir schicken SMS, wann angekommen ist.  
200 Die wissen, ihr Paket ist bei uns.

I: Gibt es auch besondere Vermarktungsstrategien für das Geschäft hier oder wie machen Sie Werbung?

B3: Das ist von Person zu Person Übertragung. Du kommst zu mir, machst du fünf, sechs Kopien. Das sind 60 Cent und du hast genau 10  
205 Euro und 30 Cent bei dir. Dann sag ich, "gib mir 30 Cent, 30 Cent gib mir nachher wenn du vorbei kommst". Weil 10 Euro weggeben ist schon viel Geld. Oder es kostet ihm ein Telefonat 15 Euro, er hat aber nur zwölf Euro, drei Euro fehlt. Ich sage "Kein Problem, wenn du vorbei kommst, bring mir den Rest". Das hören sie jeder, dann wird das verbreitet, dann kommen sie automatisch. Also richtiges großes Werbung haben wir jetzt gemacht am Wochenende. Da war eine Straßenveranstaltung, da vorne beim Mistplatz. Dort haben wir die Straße gesperrt, haben wir Straßenfest gehabt. Und dort haben wir gesponsert. Wir haben die ganze Plakate gedruckt bei uns, gratis. Wir haben einen großen Drucker, und die ganze Papier. Haben wir alles organisiert. Normalerweise musst du alles zahlen, dass das wer herstellt und druckt. Und mein Cousin kennst sich sehr gut aus mit dem (...) Graphikdesign. Er ist Profi. Der stellt auch Visitenkarten. Und er hat das gratis gemacht. Wir haben hier ausgedruckt, waren wahrscheinlich 1100 A3 -Zettel. Das ist nicht wenig. Die haben wir überall verteilt. Wir haben jemanden organisiert, haben wir Zehner bezahlt ihm, dass er Werbung verteilt, in die Hand gibt, dass wir Straßenfest haben. Wir machen nicht viel, eher dann weniger, aber die Leute kennen uns eh schon. Wir haben schon eigene Kunden.  
215

I: Und das Fest war das von euch organisiert?

B3: Das war von einem Verein. Ein Verein, von der Stadt, wo wir abstammen. Die haben einen Verein, wo wir auch dazu gehören, die haben Straßenfest gestaltet und wir haben Beitrag dazu gefügt. Und wenn du diese Graphik siehst, unten ist gestanden die Sponsor. Wir waren auch  
220 Sponsor und da steht auch Werbung. Und die Handwerbung haben wir überall verteilt, in Favoritenstraße, Quellenstraße, wegen Straßenfest, steht da die kleine Werbung, also Paketshop usw. So groß wie beim ORF, Radio haben wir keine Werbung (Lachen) Das brauchen wir nicht. Es ist klein und bescheiden, das ist genug.

225 I: Und weil du vom Fest gesprochen hast, ich hab auch schon von ein paar Leuten gehört, dass es schön wäre, in der Quellenstraße ein Fest zu haben, wie Sehen Sie das? Würden Sie auch gerne was machen in der Quellenstraße?

B3: Das ist wahrscheinlich ein Traum von die Leute. Wir müssen realistisch denken. Da fährt die 6er Straßenbahn, die die meisten Leute transportiert. Keine andere Straßenbahnlinien transportiert so viele Leute, wie 6er. Wir müssten hier sperren. Die Leute bringen dich um. So muss man es auch sehen. Die Leute wollen in der Früh Arbeit gehen, von der Arbeit erschöpft, wollen nach Hause gehen, und das ist die

230 einzige, du kannst ja nicht umleiten. Sonst müssen die Leute beim Reumannplatz U1 einsteigen, müssen bis zum Hauptbahnhof, müssen Straßenbahn 18 nehmen Richtung Burggasse oder detto, umgekehrt.

I: Aber abgesehen von dem, hätten Sie auch Interesse daran, hier an der Quellenstraße was zu machen?

235 B3: Sicher, du kannst eine große Fest machen. Dass die Leute, wie bei der Favoritenstraße, spazieren gehen, anschauen. Du kannst hier vorne bisschen was öffnen, wegen Verkauf, festmäßig. Dass sie spazieren können, sie schauen, "aha, da gibts auch viele Geschäft", dann kommen sie was kaufen. Wäre überhaupt kein Problem, kein Thema. Aber einen gewissen Straßenteil zusperrern und das Fest, das ist fast unmöglich. Das lässt keiner zu. Im 1. Bezirk z.B. am Ring, das tun sie. Autofreien Tag oder Radfahrer fahren. Nur, rechts und links fahren die Straßenbahnen. Die werden nicht gestört. Die Autos werden nur gestört. Und hier, wenns sagts, ok, Autos werden gestört, aber die Straßenbahn fährt ständig.

240 Und die kannst die Sicherheit von den Leuten nicht gewährleisten. Die kleinen Kinder, die laufen, während die Straßenbahn fährt, und die kleinen Kinder laufen, die zum Fest kommen. Sicher, es wäre super, wenn wir hier ein Straßenfest machen könnten, aber (...)

I: Und gibts andere Initiativen (...) weil ich gesehen habe, vor ein paar Geschäften sind z.B. die Baumscheiben gestaltet?

245 B3: Genau, das haben wir gemacht. Die Stadt Wien, die Gartenabteilung, die haben hier die Bäume rundherum gesäubert. Wir haben gesagt, wir wollen hier Gras wachsen lassen und Blumen. Die haben gesagt, "Ja, ist kein Problem". Dann hat die Stadt Wien uns so ein Holzschild geschickt, da steht Geschäft Er Kara oben. Und wir haben Blumen geholt vom Garten, haben hier Blumen gezüchtet, Gras haben wir selber gezüchtet und da wir im Sommer jeden zweiten Tag gegossen. Die einzige, wir wollten ein bisschen rundherum sperren, dass die Blumen nicht geschadet wird. Und die Stadt hat gesagt "Kein Problem". Wir haben das getan und am nächsten Tag kommen wir und haben gesehen,

250 Hundekot ist drinnen, alles. Das ist ja nicht normal. Wir wollten nur, dass hier/ Siehst eh, es ist grün, da waren auch viele Blumen. Aber die Leute, was mit Hunde spazieren gehen, die lassen das Kot drinnen, pinkeln die Hunde. Das ist nicht nötig.

I: Aber wollen Sie das weiterhin machen?

255 B3: Ja, wir waren schon wieder im Stadtgarten draußen und wir haben gesagt, ab nächsten Sommer kommen wir wieder Blumen holen. Damit es wieder schön aussieht. Es gibt nicht so viel grüne Fläche. Aber diese kleine Stück macht Freude. Man kann träumen. Einfamilienhaus mit viel Grün. Dann ist man wieder motiviert. Aber, ja, was solls.

I: Noch mal zur Quellenstraße. Kennen Sie die anderen Unternehmer hier und tauschen sie sich auch aus?

260 B3: Ja, wir kennen die. Die kommen zu uns und wenn die was brauchen oder wir holen von denen. Wenn du in Not bist ein bisschen, geldmäßig, die holen von uns ab oder wir holen von denen ab. Es ist so. Es ist nicht wie, "ah, der ist mein Konkurrent, muss ich aufpassen". Nein, der kommt zu uns, fragt, "du, hast du vielleicht 200 Euro einstecken? Ich brauch das dringend" Er muss eine Rechnung bezahlen. Du gibts ihm oder du holst von ihm. Das ist so, nicht mit allen, aber mindestens von Ecke Quellenstraße/Laxenburgerstraße bis zwei, drei Gassen vorne. Wir kennen uns alle. Jeder kommt zum Geschäft, tauschen Ideen und helfen uns gegenseitig. Also richtiges Konkurrenz ist es nicht. Er kommt zu uns, sagt "Du, bei uns ist Guthaben leer", holt er Guthaben von uns. So läuft das. Ansonsten kommst du nicht weiter.

265

I: Also, obwohl viele andere hier in dieser Branche tätig sind, sehen Sie sich nicht als Konkurrenten?

270 B3: Nein, also wenn ich was nicht weiß oder kann, sag ich "schaust du drüben, wahrscheinlich bist du dort besser geholfen". Ich sag nicht, "tut mir Leid, ich kenn mich nicht aus". Das geht nicht. Das ist keine gute Einstellung. Er kann denken, ok, er hätte mir helfen können, aber er darf nicht, ist guter Mann. Dann hat man Vertrauen auch. Und so läuft auch Geschäft.

I: Und sind sie auch offiziell vernetzt, also z.B. in einer Unternehmervereinigung?

275 B3: Also, mein Cousin (der Besitzer) ist in der Wirtschaftskammer und der ist Chef von die ganzen Handyshops Wien weit. Die ganzen Handyshops, die in der Wirtschaftskammer gebunden ist. Und wenn da viel Arbeit ist, bin ich auch hier. Deswegen kenne ich mich gut aus. Jetzt war ich den ganzen Sommer hier.

280 I: Und, jemand anderer hat mir erzählt, es gibt auch einen Verein der MYSIAD heißt. Sind Sie da auch dabei?

B3: Nein. Wir können da teilnehmen, aber wollen tun wir nicht. Wie soll ich sagen (...) Wir sind Gläubige, die sind auch Gläubige, aber die sind ein bisschen mehr gläubig als wir. Und die haben so einen eigenen Stamm. Aber die sagen nicht nein, wenn du kommst. Es ist kein Problem. Und das sind auch nicht so böse Leute. Die haben auch Geschäfte. Die haben Taxiunternehmen, die haben große Handyshops, dann haben die (...)

285 (...)

KFZ-Werkstätte, Transportunternehmen, auch viele Leute. Nur, die sind (...) bisschen strenger gläubig als wie wir. Deswegen heißen die auch MYSIAD.

I: Was bedeutet MYSIAD?

290 B3: Das ist "Muslimische Arbeitgeber". Wir sind auch, wir sind bisschen anders. Ich gehe auch fort und trinke. Die nicht. (Lachen) Die gehen nicht überall fort und trinken. Ich schon. Das ist der einzige Unterschied.

I: Haben Sie hier in der Quellenstraße auch Kooperationspartner, also Zuliefer- und Absatzbeziehungen mit anderen Geschäften?

295 B3: Nein.

I: Und kennen Sie die Gebietsbetreuung, die ist da fast gegenüber?

B3: Das kennt vielleicht mein Cousin, ich nicht ehrlich gesagt. Wie gesagt, er ist für solche Sachen zuständig. Ich schaue nur, dass alles abläuft.

300 Die Bürokratiesachen, da kennt er sich besser aus, deswegen ist er auch bei der Wirtschaftskammer.

I: Und dann noch ein paar Fragen zum Unternehmen selbst. Besitzt Ihr Cousin nur dieses Geschäft?

B3: Ja, nur hier.

305 I: Wie viele Mitarbeiter gibt es hier?

B3: Es gibt momentan diese Kollege, der die Handy repariert. Wir kennen uns nicht aus, mein Cousin kennt sich nicht aus, ich kenn mich auch nicht aus mit die Handys. Das einzige was wir können ist schalten, telefonieren, SMS schicken. Er kennt sich mehr aus als wir. Deswegen haben wir ihn eingestellt. Wir haben schon mal überlegt, also vor ein paar Monaten, haben die ein Geschäft da vorne, 300 Meter entfernt von hier, verkauft. Wir wollten dort kaufen. Was gastronomiemäßiges machen, weil ich bin gelernter Koch. Wir haben uns beim Preis nicht geeinigt. Was ich dir erzählt habe, diese Ablöse. Wir haben angeboten 15.000, die wollte unbedingt 17.000. Wegen diese 2000 Euro ist es gescheitert. Man muss manchmal hart bleiben. Er kann nicht immer geben, was die Leute wollen. Er muss halt investieren. Er muss Lüftung bauen, muss das, das machen. 2000 Euro ist nicht wenig. Wenn du so eine große Dings machst mit kleinem Budget, dann ist 2000 Euro viel. Sonst hätten wir ein zweites Geschäft.

I: Und Mitarbeiter. Also dann Sie und der, der die Handys repariert (...)

B3: Ja, ich komme nur aushelfen. Ich komme vier Tage. Weil ich bin auch bei Wiener Linien beschäftigt, deswegen bin ich heute mit dem Nachtbus gefahren. Um sechs bin ich erst nach Hause gekommen. Ich bin erst um 9.00 Uhr aufgestanden, dann bin ich darauf gekommen, dass ich einen Termin habe. Deswegen bin ich leider zu spät gekommen. Tut mir Leid.

I: Ach, die paar Minuten, ist doch kein Problem.

B3: Das ist nicht meine Art, aber ich hab das total vergessen. Es war ein bisschen viel los. Er war Urlaub, ich war hier. Viel Arbeit. Und wie gesagt, wir haben nicht nur eine Sorte Kunden, sondern, es ist Kunden, die kommen mit Papierkram zum Ausfüllen. Und manchmal ist das viel, da vergisst dann einiges. Und du musst auch eigene Privatsachen machen, Frau, Kind. Manchmal wird das viel. Dann schläfst einfach hier. Elf Stunden hier. Bist du daheim ist es 21.00 Uhr. Wenn du Glück hast, ist die Kleine noch wach, dann spielst du vielleicht noch eine halbe Stunde. Dann gehts schlafen, bringst sie in die Schule.

I: Und Sind Sie hier in Österreich geboren?

B3: Nein, ich bin in der Türkei mit 11 Lebensjahr nach Wien eingereist. Er genauso. Wir sind alle so eingereist. Also nicht hier geboren.

I: Und ihr habe die österreichische Staatsbürgerschaft?

B3: Ja, ich war auch Bundesheer in Österreich. Für diese Land gedient (Lachen). Acht Monate lang, davon zwei Monate Ausbildung, der Rest nur schlafen. Sogar hab ich dort Auftrag bekommen, ich soll mich um Soldaten kümmern. Ich war Soldatenvertreter. ich war jeden Tag unterwegs in andere Kasernen. Hab ich die Probleme von den Soldaten hören müssen, das klären müssen. Und diese Amtswege, deswegen hass ich die Amtswege. Du musst alles richtig machen, du musst nach Linien gehen, du musst alles dokumentieren. Und deswegen, wenn jemand kommt mit die Papiere, ich tu ihm weiterleiten (Lachen). Ich will meine Ruhe, so viel hab ich erlebt. In Wiener Linien nicht besser.

I: Und Ihr Cousin, was hat der für eine Ausbildung. Hat er ihn Österreich gelehrt?

B3: Nein, der hat unten studiert. Seine Eltern sind eingereist, dann haben seine Eltern die Kinder nach Wien geholt, dann hat er angefangen, hier zu arbeiten.

I: Darf ich noch fragen, wie alt ihr beide seid?

B3: 34 und er ist 74.

I: Und wohnt Ihr Cousin hier in der Quellenstraße?

B3: Nein, er wohnt im 11. Bezirk unten, wo die ganzen Kleingartenhäuser sind. Ihm gehts noch besser. Er hats noch ruhiger. Hat einen Friedhof daneben. Manche beneide ich ihn. Er hat so gute Nachbarn, die sind so ruhig, die schlafen die ganze Zeit (Lachen).

I: Vielleicht schon zu ruhig, die kann man dann nicht mal mehr um Zucker fragen.

B3: Ja, das ist auch wahr (Lachen).

I: Und gibts für das Geschäft hier bestimmte Zukunftspläne oder soll sich irgendwas ändern, soll es so bleiben, wie es ist?

B3: Wir haben die Überlegung, vielleicht Internetcafé, die PCs abschaffen. Richtig konzentrieren auf Paket. Dass wir hier Regale noch dazu machen. Wir haben auch da drinnen noch einen Raum. Weihnachten ist überall voll, da kannst du dicht nicht einmal richtig bewegen wegen Pakete. Und deswegen haben wir gesagt, vielleicht tun wir umbauen auf andere Geschäft zu konzentrieren. Paket und noch was dazu. Wir müssen noch Planen. Das ist nicht so leicht ändern. Du räumst das weg, dann kommen sie rein die Stammkunden, "Habts ihr Internet?". Das muss noch überlegt werden. Vielleicht. Wir könnten so Flyer ausdrucken, Visitenkarten, aber das kann man in Deutschland noch billiger bestellen. Kommt billiger, mit Versand sogar. Leider.

I: Hat sich Ihrer Meinung nach die Quellenstraße in den letzten Jahren verändert?

B3: Viele Geschäfte dazu gekommen. Es ist noch mehr lebendiger geworden. Viele Leute gehen jetzt hier durch. Auch wegen Geschäfte. Wie gesagt, manche Leute, die Geldprobleme haben, die nicht Deutsch können, die gehen hier vorbei, die kaufen ein, weil es billiger ist. Es gibt Leute, die verdienen im Monat, also vom Arbeitsamt bekommen 800 Euro. Und der kann nicht z.B. zum Deichmann gehen oder Reno Schuhe, um Schuhe um 20, 30 Euro kaufen. Für ihn ist das so viel. Der kommt hier her. Hier kauft er Schuhe um fünf oder sechs Euro. Oder zwei Paar um zehn Euro. Das ist schon sehr günstig. Da kann er sich hier ein Handy um fünf, sechs Euro kaufen. Kabeln kaufen, im Gegensatz zum Drei-Shop oder T-Mobile Shop, da kriegst ab 20, 30 Euro. Und die Angebote zieht die ganze Leute an. Deswegen viele Leute kommen her. Deswegen immer noch lebendiger geworden. Vor sechs, sieben Jahren war das nicht so viel. Jetzt ist immer mehr. Vielleicht auch wegen, wie sagt man das, Flüchtlinge.

I: Und auch, weil der Bezirk immer mehr wächst.

385 B3: Ja, die Leute wollen alle in 10. Bezirk ziehen. Ich weiß nicht. Wenn ich eine Wohnung finde, außerhalb von Wien, ich bin vielleicht weg. Ich bin aufgewachsen in Dorf, die Stadt ist mir zu groß. Dann kann ich einen Hund kaufen für meine Tochter. Sie steht darauf. Sie fragt jeden, wann kaufe ich ein Haus mit Garten, auch für Hund. Jetzt wie wir unten waren (in der Türkei, C.A.), dort haben wir ein großes Haus mit Garten. Ich hab meinen Vater angerufen, wir kommen (...) Und deswegen denke ich manchmal, ich mache eigene Geschäft, ich mach was großes dass ich schneller Geld verdiene und Haus mit Garten kaufen kann. Aber heutzutage ist schwer. So kleine Istanbul.

390 I: Sehen Sie den 10. Bezirk anders als andere Stadtteile in Wien?

395 B3: Ja. Da sind so viele Leute mit Ausländerabstammung. Quellenstraße ist wie Klein Istanbul, da fühlst dich wie zu Hause. Da kannst nur türkisch reden. Die Leute verstehen dich, ich verstehe sie. Wenn sie in Geschäft gehen, kannst du türkisch reden. Wenn du im 22. Bezirk bist, hast du keine Möglichkeit. Oder wenn du im 16. Bezirk bist, ist besser. Da ist ein Markt. Und Thaliastraße usw., nur solche Geschäft. Kannst dort nur türkisch reden, nur türkische Geschäfte. Aber in anderen Bezirken, wie im 12. Bezirk oder 14. Bezirk, so was findest nicht. Das ist wahrscheinlich auch der Unterschied, warum ist Quellenstraße so viel „Gangster-Straße“. Die meisten Ausländer hier ist.

I: Aber siehst du einen Unterschied zum 16. Bezirk?

400 B3: Nein. 20. Bezirk gibts z.B. auch. Gibts kleine Gebiet mit Geschäfte mit türkischer Abstammung. 16. Bezirk und hier. So andere Bezirke nicht. Nicht so große Dimension wie hier. Wenn du hier vorbeikommst, siehst du nur türkische Beschriftung usw., 16. genauso, 20. genauso. Aber wenn du 14. Bezirk Hütteldorferstraße gehst, siehst du nur ein paar Leute den ganzen Tag vorbei gehen, aber hier die gehen und kommen. Das ist auch, warum hier Geschäfte führen und warum hier ist begehrt. Wenn wenn du hier investierst, kannst du dir das Geld zurück holen. Ok, vielleicht zwei Jahre später oder drei Jahre später. Aber du holst es retour. Also hier ist gute Investition, im Gegensatz z.B. 405 Wagramerstraße. Tote Hose dort. Geschäfte hier ist begehrt, 16. Bezirk ist begehrt und im 20. Bezirk, wo die meisten Türken oder die Ausländer sind. Da kannst du die Leute anziehen. Du redest mit denen, du handelst mit denen, du kannst mit den Preis handeln. Der sagt, "schau, ich hab nicht so viel Geld, ich hab fünf Euro" und der sagt "ok, passt schon". Und das läuft so. Nicht nur bei CDs, sondern auch bei andere Sachen, Handys. Und wenn du in österreichisches Geschäft gehst, Saturn, Mediamarkt, muss ich den Preis zahlen und fertig. Das tun sie hier nicht. Und das ist auch Erleichterung. Das ist genau, warum auch diese Straße so viele türkische Geschäfte ist und so viele Leute spazieren und hier einkaufen. Die Leute wissen, sie können mit uns verhandeln. Wir wissen, wir können mit denen verhandeln. So läuft das. Diese Rad 410 dreht sich so.

I: Handeln die Österreicher auch?

415 B3: Ja, die wissen, schon. Wenn ich sage 20 Euro und er sagt "kein Problem". Und ich sage "wenn Sie mit mir gehandelt hätten, wäre 15 Euro". Das wollen sie auch so. Wie ich noch im Hotel gearbeitet hab, Arbeitskollege der war in Türkei, der hat bezahl 20 Euro für Orangentea (...).

I: Noch eine letzte Frage. Gehört das Haus einem privaten Eigentümer?

420 B3: Ja, ist private Eigentümer. Wird betrieben von einem Hausverwalter. Wir sind sehr gut mit denen. Weil ab und zu, wenn etwas ist mit Miete, der schickt nicht sofort Anwalt und so. Er ruft an "Du, ist was passiert?". Manchmal ist wegen Abbuchungen problematisch. Oder einmal hat er vergessen zu bezahlen, hat er zwei Mieten auf einmal bezahlt. Wenn du eine Geschäft führst, musst du auch diese Kontakt sehr gut erhalten mit dem Eigentümer. Es kann sein, dass einen Monat dein Geschäft schlechter läuft und du zu wenig Geld für Miete, dann hast du nächsten Monat besseres Geschäft und kannst nächsten Monat Miete mit zahlen. Dafür brauchst du diese Geschäftsverbindung mit dem Hausverwalter. Dass alles so gut läuft (*jemand kommt ins Geschäft*). Der ist jetzt neu gekommen, der macht da drüben ein Geschäft auf. Unten im 425 Keller. Der hat den Keller komplett geputzt, alles neu verlegt. Wartet das Tor geöffnet wird, dass die Leute rein und raus gehen können, sonst müssen sie in Gebäude rein und da runter. Und der repariert die Sesseln und Couch. Die Lederbezüge kann er tauschen, Sitzbezüge kann er tauschen, Sesselbezüge, alles mögliche. Er kann tapezieren, Parkettboden legen. Richtiger Handwerker. Der ist gelernt bei einer österreichischen Firma, hat gearbeitet früher für ein großes Hotel, Teppiche gelegt, tapeziert. Und dann ist der Chef gestorben von der großen 430 Firma, war im 15. Bezirk, Tochter wollte das Geschäft nicht mehr führen. Hat das Geschäft aufgelöst. Er macht jetzt selber. Er ist viel beschäftigt. Hat nicht einmal Zeit, sein eigenes Geschäft fertig zu machen. Der muss einmal dorthin Reparatur, einmal dorthin Bezüge tauschen. Die Leute haben Ideen. Er kommt zu uns, sagt "Ich brauche Batterien für Handy", der holt, geht. Oder er hat bei uns alle Sesseln mitgenommen, war alles defekt, hat er alles repariert. Hat gesagt, "Passt schon, das ist umsonst. wir sind ja Nachbarn". Das ist genau das, was du mich gefragt hast, wegen die Geschäfte. Ich hab nicht gebeten, dass er die Hocker mitnimmt, repariert, die Bezüge erneuert. Der hat einfach mitgenommen, erneuert, nagelneu, mit super Stoff. Es kostet nicht wenig normal. Im Gegensatz, kommt er zu uns, nimmt seine Kabeln, geht 435 er weg. Er sagt, er bringt das Geld später. Kein Problem. Das läuft so. Gegenseitige Hilfe. Eine Hand wäscht die andere.

(...) (...)

**Interview Unternehmer 4 (B4), Restaurant/Hotel, Quellenstraße – 23.9.2014, 38Min**

I: Was haben Sie hier eigentlich alles?

5 B4: Wir haben ein Hotel oben und unten Gaststätte.

I: Seit wann gibt es das schon?

10 B4: Seit Ende 2010. Also Anfang 2011 haben wir angefangen zum renovieren und geöffnet wurde das Hotel erst im Sommer 2011. Es hat schon alles gehabt, alle Bewilligungen usw., wir haben es nur übernommen und verbessert, verschönert.

I: Und was war vorher hier?

15 B4: Das war ein Gasthof. Es war ein ganz berühmtes Haus im 10. Bezirk. Jeder der hier aufgewachsen ist oder in der Nähe wohnt, kennt das Haus schon. Haus Wildenauer. Das Schnitzel war einmal so berühmt, dass man drei Wochen davor Tisch bestellen musste. Sagen die Leute, die hier wohnen. Und dann am Ende ist es leider nicht so gut gelaufen, und er musste verkaufen. Und dann haben wir einen Platz gesucht zum Betreiben und dann haben wir gekauft.

I: Und warum haben Sie sich für diesen Standort entschieden?

20 B4: Reiner Zufall. Wir haben eigentlich als Restaurant gar nichts gedacht. Wir haben einen Studentenberatungsfirma, wir haben ein Studentenheim gesucht für unsere Studenten. Wir waren hinter den alten Pensionen her, wo wir verschönern und an Studenten vermieten können. Und dann hat sich so ergeben, dass es frei ist, zum verkaufen ist. Und dann haben wir das Kredit bekommen und Studenten drei Monate hier übernachtet. Dann haben wir gesagt, langsam machen wir es zum Hotel.

25 I: Und was sehen Sie hier im Stadtteil oder in der Quellenstraße für Vorteile?

30 B4: Vorteile, Vorteile (...) gibt es weniger Vorteile als Nachteile, leider. Es ist mit der 6er praktisch oder mit der U1 in die Stadt zu gehen, das ist ein großer Vorteil. In der Nähe von Hauptbahnhof, Westbahnhof, Schönbrunn. Praktisch. Es ist eine Straßenbahn Haltestelle gleich vor dem Hotel, das ist auch positiv. Aber (...) es ist leider, der Bezirk selber hat sehr wenig Einkommensdurchschnitt. Und die Leute geben hier wenig Geld aus für das Essen. Eher für Imbissstände reichen das Geld. Das heißt, für drei, vier Euro Mittagessen. Ganz wenige Leute gehen für sechs, sieben Euro Mittagessen. Und es sind wenige Arbeitsplätze in der Nähe, wenige Büros. Eher Miethäuser. Und wie gesagt, das Publikum ist fast unter Durchschnitt Einkommensniveau. Es ist kein reicher Bezirk leider. Und sehr viele, ja Schulen sind in der Nähe, das ist gut, aber Schüler haben auch nicht so viel Geld, dass sie ins Restaurant gehen. Ja, es hat Vorteile und Nachteile. Könnte besser sein.

35 I: Und wenn Sie was hier verändern könnten, was würden Sie machen oder wollen?

B4: Ich würde verändern, ich würde mehr Geschäftslokale rein bauen lassen.

40 I: Aber hier gibt es doch es viele Geschäfte.

45 B4: Nein, das sind aber keine (...) wie soll ich sagen, das sind eher Boutiquelokale, die billig verkaufen, keine Ahnung. 1-Euro-Shop oder wo man für 100 Euro Computer kaufen kann, oder fünf Euro eine Bettdecke kaufen kann oder so was. Oder Brotgeschäft. Das sind keine Geschäftslokale, was ich gemeint habe. Ich meinte eher (...) Ja, es spricht die Leute an, die hier wohnen. Das ist das Bild des Bezirkes, Bild der Straße. Es sind billige Geschäfte halt in der Nähe. Ich hätte gerne mehr schöne Restaurants, mehr Shoppingcenter, keine Ahnung, mehr Ketten, Supermarkt. Es könnte eine schönere Einkaufsstraße sein. Ich meinte nicht wie Mariahilfer Straße, aber es könnte ein bisschen wie Favoritenstraße sein, z.B. dass mehr Leute hier zu tun haben. Nicht nur wegen der Straßenbahn, sondern richtig einkaufen oder richtig spazieren.

50 I: Aber denken Sie, das liegt nur an den Geschäften?

55 B4: Ja, es liegt an den Geschäften. Baulich kann man ja nichts mehr ändern. Sehr schwer. Straßenbahn kann man auch nicht umleiten, sollte man auch nicht, es macht hier das lebendige. Aber wie gesagt, man könnte bessere Geschäftslokale erlauben hier. Oder günstiger machen, damit mehr Geschäftslokale einbauen können. Dass mehr Leute hier zu tun haben, einkaufen können.

I: Und welche Möglichkeiten sehen Sie hier an diesem Standort für Sie?

60 B4: Was meinen Sie? Wie Möglichkeiten? Ja, natürlich. Wenn mehrere Leute hier spazieren, kommen sie auch Kaffee trinken. Oder mehr Leute wissen vom Hotel dann. Weil viele, viele die hier kommen, wissen nicht einmal, dass oben Hotel ist. Das ist es. Es spricht sich mehr herum.

I: Und sehen Sie hier in Wien allgemein Schwierigkeiten als Unternehmerin?

B4: Schwer, schwer. Es macht die Stadt schwieriger.

65 I: Und in welcher Hinsicht?

70 B4: In aller Hinsicht. Man muss für jedes Detail ansuchen. Für jede Kleinigkeit muss man ansuchen. Wenn man vergisst einen Tag, kriegt man Strafe. Es sind immer Kleinigkeiten, aber es macht den täglichen Alltag schwer. Wenn ich was einbauen will, dann muss ich zehnmal überlegen, "ok, ich muss dort ansuchen, dort ansuchen".

I: War auch die Eröffnung an sich schwierig?

75 B4: Natürlich war das schwer. Das Lokal hat früher sehr schlimm ausgeschaut, wir haben sehr viel Geld investiert. Aber wir mussten auch hunderttausend Papiere unterschreiben lassen vom Magistrat.

I: Haben Sie das Gefühl Ihr Migrationshintergrund macht es schwieriger, oder macht es keinen Unterschied?

B4: Sicher, sicher. Ich will jetzt nicht sagen, dass es Stadtpolitik ist. Aber es gibt sicher Berater, Personen, die solche Gedanken haben. Das gibts sicher. Ich meine, wir haben auch selbst erlebt. Eine andere hätte schneller kriegen können viele Sachen.

80

I: Aber rechtlich gibts keine Unterschiede?

B4: Ja, rechtlich sowieso. Das kann auch ein Ausländer machen. Recht unterscheidet nicht, Ausländer können die gleichen Geschäfte eröffnen wie Österreicher. Aber ich meinte jetzt von Personen abhängig. Wenn sie mit einem Beamten zu tun haben, und, keine Ahnung, der Serben oder Türken nicht mag, dann haben Sie ein bisschen Probleme. Vielleicht nicht so ersichtlich, aber läuft alles viel langsamer und viel komplizierter. Haben wir auch erlebt. Fühlt man auch so. Überall. Man fühlt das. Von einem komischen Satz oder aus einem blöden Spaß oder so. Die glauben, dass es lustig ist.

85

I: Und hier zum Stadtteil allgemein. Wie würden Sie den Stadtteil charakterisieren?

90

B4: Es ist keine Ghetto aber irgendwie kommen – glaube ich, sehe ich das so – dass viele frisch Integrierte oder frische Immigranten, die nach Österreich kommen, immer nach 10. Bezirk kommen. Das Gefühl habe ich. Weil bestimmten Anteil von bestimmten Ländern werden immer höher. So wie z.B. Tschetschenen. Das sieht man, oder wie Bulgaren oder Rumänen, sieht man das jeden Tag. Dass jeden Tag mehr Leute kommen. Kommen auch jeden Tag mehr Leute. Das fühlt man auch. Keine Ahnung, wenn man im Schanigarten im Sommer draußen sitzt, sehen Sie das auch. Es wird jedes Jahr mehr. Ich glaube, der 10. Bezirk weil die Mieten weniger sind oder so. Oder wie gesagt, billige Geschäfte gibts hier in der Nähe, deswegen sind die Häuser wahrscheinlich nicht so teuer. Und kommen die Leute her. Das glaube ich. Ich hoffe, ich hoffe, die werden hier nicht geliefert. Nicht müssen oder so hier leben.

95

I: Wohnen Sie auch hier?

100

B4: Nein.

I: Würden Sie gerne hier wohnen?

105

B4: Nein, ich habe schon hier gelebt in dem Stadtteil. Nicht direkt hier, weiter oben. Es macht mir nichts aus, ich liebe 10. Bezirk. Ich hab hier wenig zu tun. Ich hab nur mein Geschäftslokal hier, ich gehe nur auf die Bank und zur U-Bahn. Sonst hab ich hier von dem Leben wenig eigentlich. Ich gehe nicht hier einkaufen. Wenn ich frei habe, dann gehe ich 1. Bezirk oder Mariahilferstraße einkaufen. Ich bin halt direkt hier. Ich kenne die Leute, die zu uns kommen, essen Kaffee trinken. Eine nette Bezirk. Man begrüßt sich. Ein schöner Teil hier, warum nicht. Könnt ich auch hier leben, hab ich auch schon früher gemacht.

110

I: Und hat sich Ihrer Meinung nach was geändert in den letzten Jahren in der Quellenstraße?

B4: Einwohner merklich mehr geworden. Das ist schön. Aber es sind auch mehrere Autos jetzt in der Quellenstraße. Es ist fast unmöglich einen Parkplatz zu finden, es ist sehr schwer. Das auch für Touristen, das schreckt sie auch ab. Weil die kommen her, wollen bei mir Zimmer mieten, suchen halbe Stunde Parkplatz, manchmal eine Stunde und dann fahren sie wieder weg. Niemand will da bleiben. Und irgendwie haben die Leute, ich weiß nicht, die von (...) Kriegsgebieten kommen, glauben hier werden ihre Autos gestohlen (Lachen). Ich frage die Frau, von wo sie kommt. Sie sagt eine Stadt aus Rumänien. Und dann sagt sie "Ja, ich hab Angst geht mein Auto gestohlen hier. Haben Sie kein eigenes Parkplatz?". Und ich sage "Ganz selten, wahrscheinlich nicht, wenn Sie nicht offen lassen ihr Auto. Es besteht die Möglichkeit weniger, als es bei Ihnen zu Hause gestohlen wird." Ich glaub, es macht so ein Bild (Lachen) Wenn die Leute aus dem Auto aussteigen, glauben sie "aha, jeder ist hinter meinem Auto her". Das glaub ich nicht. Es macht so ein Bild, glaube ich. Mir kommt es nicht so vor, aber eine Fremde haben meistens das Gefühl. Ich weiß nicht, warum.

120

I: Wären Sie auch bereit dazu, sich auch für Verbesserungen im Stadtteil zu engagieren?

125

B4: Natürlich. Aber bitte keine Fußgängerzone. Das würde hier alles töten, so wie Mariahilferstraße. Es ist eine schöne Straße. Es sind sehr schöne Bäume hier, es ist keine nackte Straße. Wenn man so durchgeht, von der Seite ist sehr schön mit Bäumen geschmückt. Die Straßenbahn (...) Hat so eigene Stil hier. Ich finds schön. Aber was könnte man mehr machen? Keine Ahnung. Vielleicht Kurzparkzone machen. Damit weniger Autos hier sind. Mehr Grünfläche könnte man machen. Vielleicht Sitzplätze, vielleicht Sitzbänke. So wie Favoritenstraße. Oder, keine Ahnung. Mehr glaub ich, kann man aus der Straße nicht machen. Das sollten Sie mir sagen, Sie sind die Stadtplanerin. Wenn mich jemand fragt, damit ich eine Antwort habe.

130

I: Also ich glaube auch, einfach mehr Dinge schaffen, die den Aufenthalt hier angenehmer machen. Mehr Sitzbänke, Grünflächen. Dass man hier gerne durchgeht. Weil z.B., ich war jetzt ein paar Mal hier und manchmal wollte mich einfach mal irgendwo hinsetzen. Und habe nie was gefunden, wo ich mich einfach hinsetzen kann.

135

B4: Es gibt hier in der Nähe ein sehr schönes Park. Aber das ist irgendwie vergessen. Gehen die Kinder nicht mehr rein. Es sind nur Erwachsene. Keine Ahnung, was die dort machen, komische Typen. Würde ich auch nicht hingehen. Aber man könnte das verschönern oder so. Oder mehr Sicherheitsleute dort spazieren lassen, damit man ein sicheres Gefühl hat mit Kindern hinzugehen. Könnte man machen. Der Park ist wirklich vergessen. Oder ein Bad einbauen, ein Hallenbad oder Freibad. Der Park ist eine schöne Gegend.

140

I: Und haben Sie für Ihr Hotel oder Restaurant bestimmte Zukunftspläne, Zukunftsaussichten?

B4: Natürlich möchte ich mehr Auslastung. Mehr Kunden. Für beide. Weniger Ausgaben hätte ich mir gewünscht. Weniger Stromrechnungen, weniger Gasrechnungen. Ansonsten (...)

145

I: Wie läuft das Geschäft jetzt?

B4: Es ist nicht sehr schön, es ist nicht sehr schlecht. Aber wir kommen durch, genau. Es sind sehr viele Gebühren, es sind sehr viele Zinsen, es sind sehr viele Mitarbeiterkosten. Also, es bleibt fast gar nichts übrig. Wir kommen nur durch, zahlen unsere Hausmiete und Autokosten. Sonst bleibt nichts. Im Moment.

150

I: Und wer sind Ihre Kunden?

- 155 B4: Meine Kunden sind 70 bis 80 % 10. Bezirkler, die in der Nähe wohnen. Und das spricht sich langsam herum, die auch von weiten herkommt. Aber meistens meine Nachbarn, die hier in der Nähe wohnen. Immer Stammgäste. Fast jeden Tag dies selben Gäste.
- I: Und im Hotel?
- 160 B4: Im Hotel international. Das ist über online Buchung, von ganzen Welt.
- I: Richten Sie Ihr Angebot an einen bestimmten Kundenkreis?
- 165 B4: Einen bestimmten Kundenkreis, nein. Es ist sehr schön gemacht. Natürlich es ist schade, was um das Lokal wird. Aber es ist ein schönes Lokal. Sehr viel investiert, sehr viel ausgegeben. Natürlich würde ich Gäste haben, die gemütlich sitzen, Familien und normale Menschen. Sie wissen, was ich meine.
- I: Und haben Sie besondere Vermarktungsstrategien?
- 170 B4: Wir machen Angebote. Wir machen Preise nicht so hoch wie andere Lokale. Das Fleisch wird jeden Tag frisch gekauft, wird hier gehackt, wir hier verarbeitet. Das heißt, wir kaufen kein verarbeitetes Fleisch. Und das spricht sich ziemlich herum. Also, wir wollen uns vermarkten durch unsere Geschmack und frisches Essen. Und der Preis ist angemessen günstig eigentlich. Deswegen bleibt nicht so viel übrig. Weil es ist nicht der Preis was das Essen entspricht. Aber wir wollen halt jetzt für die Anfangsphase dass es günstig ist, dass es sich herum spricht. Wir haben auch Angebote. Pizzaaufträge. Ganze Pizza z.B. kann man für 4,90 kaufen und zum Mitnehmen. Solche Angebote.
- 175 I: Und woher beziehen Sie Ihre Waren?
- B4: Lieferanten aus Wien.
- I: Auch direkt von der Quellenstraße?
- 180 B4: Nein. Ja manchmal kaufen wir das Fleisch vom (?) da drüben. Die Hühner. Natürlich, wir versuchen uns gegenseitig zu unterstützen. Ich habe auch Hühnerlieferung, aber manchmal wenn ich was dringend brauche, dann kaufe ich direkt von drüben.
- I: Das führt mich zu meiner nächsten Frage. Sind Sie auch mit den anderen Unternehmern hier im Austausch?
- 185 B4: Ja, wir haben mit allen gute Kontakte. Fast befreundet. Die, die in der Nähe sind. Die zu uns kommen, Kaffee trinken. Und wir auch manchmal bei ihnen was essen. Die kommen zu uns was essen, Kaffee trinken. Wir gehen mit denen am Abend was trinken. Haben wir mit fast allen Kontakt.
- 190 I: Und sind Sie auch in einem Verein oder einer Organisation?
- B4: Nein, gar nicht. Natürlich Wirtschaftskammer. Müssen wir auch bezahlen. Und wir haben auch einen Unternehmensverein, der heißt "Wiener Unternehmensverein". Da zahlen wir auch monatlich. Die laden uns zu den Veranstaltungen ein.
- 195 I: Nutzen Sie das Angebot dann auch?
- B4: Manchmal ja. Manchmal wenn ich Zeit habe, gehe ich zu den Veranstaltungen. Wenn was neues ist im Lebensmittelgeschäft, keine Ahnung. Was so in Wien abläuft.
- 200 I: Und kennen Sie die Gebietsbetreuung?
- B4: Ja ja, kenne ich sehr gut. Wir gehen auch manchmal dort und die kommen zu uns essen. Und wenn Projekte gibt, versuche ich zu helfen.
- I: Also haben Sie da schon mal wo mitgemacht?
- 205 B4: Mhm, haben wir.
- I: Bei was, wenn ich fragen darf?
- 210 B4: Wir haben einmal Flyer hier verteilt wegen eine Straßenfest letzten Sommer. Und was haben wir dann noch gemacht? Wir hatten zwei Versammlungen, wurde ich eingeladen. Ich konnte nicht, aber ich hab Catering ein bisschen gemacht. Und die hatten vor zwei Jahren ein schönes Fest dort drüben. Da habe ich auch mitgemacht. Ansonsten, zwei, drei Mitarbeiter sind fast unsere Stammgäste, kommen essen. Wenn sie mich brauchen, können Sie direkt zu mir kommen. Und kommen sie auch. Wenn ich wo helfen kann, dann helfe ich.
- 215 I: Haben Sie hier auch einen Geschäftspartner?
- B4: Ja.
- I: Haben Sie noch andere Geschäfte?
- 220 B4: Ich nicht, er hat andere Geschäfte. Ich nicht.
- I: Und wie viele Mitarbeiter beschäftigen Sie hier?
- 225 B4: Hier 12 oder 13. Es ändert sich immer.
- I: Wie kommen Sie zu Ihren Mitarbeitern?
- 230 B4: Die kommen meistens über persönliche Bewerbung. Meistens. Oder eine Bekannte schickt es mir. Aber natürlich Probewochen. Das entscheidet dann.

- I: Und die Mitarbeiter, wohnen die meisten in der Umgebung?
- 235 B4: Genau, ja. Nicht sehr weit. Viele wohnen hier im 10. und 11. In der Nähe. Auch für die Vorteil.
- I: Beschäftigen Sie auch Lehrlinge?
- B4: Im Moment nicht.
- 240 I: Aber haben Sie schon mal oder möchten Sie es in Zukunft?
- B4: Nein. Ich habe das vorgehabt, aber ich habe dann sehr schlechte Erfahrungen gehört. Ich glaube nicht mehr.
- I: Was waren das für schlechte Erfahrungen?
- 245 B4: Es sind die heutige Jugend. Sie wissen schon. Kommen nicht zur Arbeit. Und haben natürlich alle Rechte. Und auch wenn sie nicht kommen, man kann sie sehr schwer kündigen. Haben ich von vielen Geschäftsleute, Bekannte, Verwandte gehört. Leider, fast jeder zweite Junge oder junges Mädchen haben nicht vor was richtig zu lernen oder was weiterkommen, sondern eher ohne Arbeiten Geld verdienen. Leider, man kann jetzt niemanden vertrauen. Möchte ich auch nicht.
- 250 I: Sie sind ja hier eingemietet. Wissen Sie, ob der Hauseigentümer privat ist oder ist es eine Immobilienfirma?
- B4: Nein, das sind wir. Das gehört uns.
- 255 I: Noch ein paar Fragen zu Ihrer Person. Sie haben mir ja letzters schon gesagt, Sie haben auf der TU studiert?
- B4: Ja, Wirtschaftsinformatik.
- I: Sind Sie in Österreich geboren?
- 260 B4: Nein. Ich bin mit 17 nach dem Gymnasium hergekommen.
- I: Wie alt sind Sie?
- 265 B4: 29 Jahre.
- I: Mit meinen Fragen war es das eigentlich.
- B4: Was glauben Sie, was man hier noch machen kann? Vielleicht unterstützt man Hauseigentümer, Gebäude ein bisschen verschönern. Viele Fassaden sind fast so alt, dass es runterfällt oder Lücken gibt in Fassade.
- 270 I: (...)
- B4: Alles was Sie hier kaufen, kommt von China. Wenn sie dort drüben einen Computer kaufen, oder dort ein Ketterl, oder Kopfkissen kaufen, kommt es alles aus China. Solche Geschäfte sollte man eigentlich unterstützen. Mehr Handwerker, die selber was bauen oder mehr österreichische Ware verkaufen. Die von Einheimischen kaufen. Die Marken sind eh ausländische Firmen. Aber wenn ich von Boutique ein Jackett kaufe, die selber gestrickt sind, dann hat man auch für eigene Wirtschaft was Besseres.
- (... ...)

**Interview Unternehmer 5 (B5), Kaffeehaus, Quellenstraße – 25.9.2014, 1h**

I: Sie haben hier das Café gegründet?

5 B5: Richtig.

I: Und vor ein paar Monaten haben Sie es dann übergeben?

10 B5: Ja. Es ist mir langsam zu viel geworden. Ich bin gestern 70 geworden. 51 Jahre habe ich schon gearbeitet und 41 Jahre davon in Österreich. Ich habe Pension beantragt. Ich möchte irgendwas machen, aber keine solche Belastung. Helfen, Freunden usw. Oder Berater in Lokalen sein. Aber es gibt immer wieder Freunde, die Lokale aufmachen und die kommen zu mir.

I: Und wann haben Sie das Café gegründet?

15 B5: 2009, 28. Dezember 2009. Ich habe 1978 bis 2007, fast 30 Jahre im Hotel Intercontinental gearbeitet. Einen so schönen Arbeitsplatz in diesem Beruf gibts sehr sehr selten. Dann hab ich mich selbstständig gemacht, in einer Partnerschaft, am Handelskai. Und dann habe ich gesehen, dass ich mit diesen Leuten nicht zusammen arbeiten will. Dann habe ich gekündigt und ein paar Monate später dieses Lokal eröffnet. Meine Zielgruppe waren Menschen, die mittlere Gehaltsschicht dazu gehören und eine Zielgruppe waren, Menschen, die keine anderen stören würden. Also keine Störfaktoren. Die nicht so viel trinken (...) Aber sonst habe ich jeden angesprochen. Ich habe gesehen, dass im 10. Bezirk  
20 sehr viele Lokale gibt, die nur Österreicher ansprechen oder nur Nicht-Österreicher ansprechen. Das wollte ich vermeiden. Und ich habe nicht nur für meine Landsleute, oder Leute die aus anderen Ländern kommen, sondern ganz allgemeine Karte gestaltet. Einrichtung ist auch so.

I: Und ist das gelungen?

25 B5: Ich glaube schon. Es ist gelungen. Wenn ich mit meinen Geschäftspartner die Probleme nicht gehabt hätte, hätte ich es noch ein paar Jahre geführt. Da eine Mitarbeiter von mir diese Lokal haben wollte, ist Beweis dafür, dass das Lokal gut gegangen ist. Qualität haben wir angesprochen, Hygiene haben wir Wert darauf gelegt. Die Toiletten z.B., die Handtrockner haben die Hände wirklich trocknen. Erwärmte Luft steigert die Bakterien. Und deswegen haben die Trockner Filter. Ich habe Pissoirs drinnen, die ohne Nachfluss funktionieren. Sehr hygienisch und trotzdem kein Geruch. Ich habe Desinfektionsmittel, dass man den Sitz desinfizieren kann. Und diese drei Möglichkeiten in einem Lokal  
30 habe ich noch nie gesehen. Ich habe die Abstände zwischen den Tischen genug gemacht, dass jeder seine eigene Raum entwickeln kann, Gespräche alleine führen kann. Ich habe verschiedene Sitzmöglichkeiten, für jede Sitzertwartungen gerecht. Also, es ist ein schönes Lokal geworden. Und viele denken auch so.

I: Und warum haben Sie diesen Standort, die Quellenstraße, gewählt?

35 B5: Es ist so, dass die Frequenz sehr stark hier ist. Aber Quellenplatz war nicht sehr beliebt. Da waren Faktoren, die Leute vermeiden. Männer usw. Und durch unsere Lokal, das Pizzageschäft bzw. der Bäcker, die Zielgruppe hat sich geändert. Familien sind hergekommen. Und jetzt an schönen Tagen 100 Leute in beiden Geschäften, früher war es hier fünf. Da hat natürlich der Bäcker sehr viel beigetragen, weil die Familien bei ihm kaufen. Und unser Lokal hat auch diese Störfaktoren eliminiert. Und das Pizzageschäft und der Bäcker verkauft keine Alkohol. Ich  
40 verkaufe auch Alkohol. Aber Alkohol billig anbieten, ändert das Publikum sehr. Wir haben vernünftige Preise, Preis-Leistungs-Verhältnis ist in Ordnung, aber Alkohol alleine wird nicht in Vordergrund gesetzt, daher auch es gibt keine Betrunknen bei uns. Die Frauen, die früher hier verkehrt haben, haben wir auch nicht. Die haben Lokalverbot usw. Und ich glaube die Quellenstraße hat sich positiv geändert.

I: Und was sind diese Störfaktoren, von denen Sie gesprochen haben?

45 B5: Da waren schwarze Prostituierte, deren Zuhälter usw.. Dann kommen auch, ich meine ich trinke auch selber Alkohol und sehr viel, aber nicht nur um betrunken sein. Schwer wie ich das erklären soll. Also, unsere Zielgruppe sind bisschen vernünftige Menschen. Ich meine mit Vernünftigkeit, keiner der andere stört. Keiner der andere erschreckt. Das ist leider Gottes heute der Fall. Einzige was wir nicht erreicht haben, diese Gebiet sauber zu halten. Meiner Meinung nach das größte Problem. Ich habe nirgends in Österreich so schmutzige Platz gesehen, wie  
50 hier von Quellenstraße bis zur Favoritenstraße. Obwohl Gemeinde jeden Tag zusammen kehrt, obwohl überall Mistkübel sind. Es ist nicht erreicht worden, das sauber zu halten. Wir haben auch einmal diese Aktion von Kronenzeitung hier durchgeführt. Diese Werbeaktion, "die Wiener kehren zusammen". Leute angesprochen, warum wir das machen sollten, warum wir unseren Lebensraum sauber halten wollen. Natürlich Hintergrund ist auch die Erfolg gewesen. Weil, es gibt sehr unterschiedliche von der Zahlungskraft, Einkaufskraft, die Zielgruppen. Da sind die billigen Lokale. Die Zielgruppe sind Menschen mit weniger Kaufkraft. Menschen, die mit sich und ihrem Leben nicht so zufrieden  
55 sind meistens. Und leider Gottes ist das durch meine Erfahrung nach ein Problem. Ich kenne das auch bei den Gemeindefahrungen. Und so dieses Problem, das ein (?) Problem ist, ist auch das Bildungsniveau dementsprechend klein. Menschen sind nicht zufrieden, die Unzufriedenheit im Verhalten irgendwie zeigen können.

I: Aber sind Sie mit der Standortwahl zufrieden hier?

60 B5: Standort ist sehr sehr gut für ein Geschäft, weil sehr sehr stark frequentiert ist hier. Aber man könnte mehr daraus machen, finde ich. Wenn es sauber wird, oder andere Geschäfte, z.B. große Ketten, Bekleidung usw., die Zielgruppe bisschen vermischen würde. Also, von der Kaufkraft her bisschen höher stehende Personen als Zielgruppe nehmen. Und es würde auch sehr viel ändern, meiner Meinung nach, wenn man vom Quellenplatz bis zum Reumannplatz die Fußgängerverkehr machen würde. Die Straßenbahn sollte bleiben, das ist eine sehr wichtige  
65 Sache. Aber Autoverkehr könnte man sperren. Die Gehwege verbreitern, bepflanzen usw. Ich glaube nämlich, umso schöner das Gebiet ist, umso besser verhält man sich auch. Und der Bedarf von hier bis zum Reumannplatz ist nicht sehr groß, der Autoverkehr ist da fast nicht. Weil ab Favoritenstraße sowieso Fußgängerzone ist. Natürlich die Querstraßen sollten benutzt werden. Aber ich denke die Quellenstraße deckt ein sehr sehr wichtige Bedürfnis, Nahversorgung, ab. Es gibt sehr viele kleine Geschäfte, die Arbeitsplatz schaffen, die Leuten hier Einkaufsmöglichkeiten, nahe Einkaufsmöglichkeiten geben. Aber wie gesagt, da könnte man einige Geschäfte noch dazu. Z.B. da um die Ecke  
70 war Schöps seinerzeit. Natürlich die sprechen auf ihre Zielgruppe. Und ich glaube, jetzt rede ich von (Qualität?) oder Verhaltensniveau, könnte diese Geschäfte sich steigern. Und gestern sitze ich in Mariahilferstraße, die Menschen verhalten sich ganz anders als hier in 10. Bezirk. Da gibts keine Schreiereien, da schmeißt man nicht auf Boden. V.a. was mich sehr sehr stört hier, dass man auf die Straße einfach spuckt. Gauslich. Das sehen sie so locker und ganz gewöhnliche Sache. In 1. Bezirk sehe ich das nicht. Ich meine, es ist vielleicht falsch, die Menschen in verschiedene Gruppen so einordnen. Aber Tatsache ist doch, im 4. Bezirk sehe ich auch nicht, dass auf die Straße gespuckt wird, aber hier  
75 im 10. Bezirk schon.

I: Und sehen Sie hier noch andere Vorteile hier?

80 B5: Natürlich. Ein gutes Restaurant, der Platz ist glaub ich nicht so wichtig. Oder ein Restaurant wie (?) sollte überall gutes Geschäft machen. Aber beim Café ist das Frequenz sehr wichtig. Und so ist das einer der besten Plätze, die ich mir vorstellen kann. Wir haben gleiche Preise wie für 1. Bezirk hier. Und das stört auch niemanden. Weil ich auch viel investiert habe, und das sehen die Leute. Ich glaube, viele Geschäftsleute unterschätzen die Gäste. Jeder, der irgendwas zahlt, dafür möchte er was haben. Und das muss gegeben sein. Z.B. ich verkaufe den Kaffee für 3,50 Euro. Wenn ich in einen sehr schlechten Lokal das verlange würde, wären Sie das sicher nicht bereit zu zahlen.

85 I: Und sehen Sie hier in Wien besondere Chancen oder auch besondere Schwierigkeiten für Unternehmer, die Migrationshintergrund haben?

90 B5: Ich selbst bin ja in der Türkei geboren, in den 70ern nach Österreich gekommen. Leider keine Stunde Deutschunterricht bekommen, deswegen spreche ich so schlecht. Aber hier ist der Ausländeranteil ziemlich größer als irgendwo in Wien. Und die haben natürlich nicht mit Null angefangen alle, nicht Erfahrungen, wie die Einheimischen, die während dem 2. Weltkrieg aufgebaut haben. Für Immigranten ist hier der Krieg gerade aus, die jetzt gerade herkommen. Und deswegen ist die Zahlungskraft hier niedriger. Die Leute, die es sich leisten können, vermeiden sowieso. Ob Lokalität, die sie besuchen wollen, oder Einkauf, die Wahl ist immer der beste Bezirk. Natürlich gibts spezielle, 19. Bezirk, Heuriger usw. Aber hier habe ich einigen Menschen den weiten Weg gespart, denke ich mir. Wenn man investiert, wenn man den Gästen was gibt, den Kunden was gibt, die wissen das zu schätzen. Es gibt keine geführte Café hier, die alle sehr gute Geschäft machen. Und Restaurant, leider nicht viel, die machen auch sehr gute Geschäft, z.B. der (?), der ist immer voll. Das ist sehr gute Restaurant.

95 I: Wie würden Sie hier den Stadtteil charakterisieren?

100 B5: Ich möchte in Zukunft nicht hier wohnen, aus den Gründen: die schmutzige Straße. Wenn ich vorbei gehe, stört mich ja auch. Ich möchte nicht in Müllhalde wohnen. Ich möchte, ganz ehrlich gesagt, in meiner Umgebung – nicht gute oder schlechte Menschen – sondern Menschen, die sich normal gesellschaftsfähig verhalten. Und das ist leider hier zur Zeit nicht möglich. Vielleicht in Zukunft mit besserer Bildung, besserer Ausbildung und bessere Einkommen. Und nachdem Menschen sich integriert haben. Und zur Zeit ist das hier, meine ehrliche Meinung, nicht so schön zu wohnen.

105 I: Sie kennen ja die Quellenstraße vermutlich schon ein paar Jahre. Hat sich da Ihrer Meinung nach was verändert?

B5: Ist mehr geworden, denk ich mir. Die Frequenz ist mehr geworden. Mehr Fußgänger. Weiß ich nicht, es ist viel beweglicher. Es ist viel stärkere Frequenz als vor zehn Jahren. Aber viele Wohnungen sind hier neu gebaut worden im Stadtteil.

110 I: Und was glauben Sie ist Ihre Rolle als Unternehmer hier im Stadtteil?

115 B5: Sagen wir mal so. Es sind sehr viele Nachbarn, die über dem Geschäft hier wohnen. Und ich habe einen Gastgarten. Und natürlich sehr lange offen, manchmal bis zwölf Uhr. Es hat noch keine einzige Beschwerde gegeben. Außer ein Nachbar über meine Klimaanlage. Aber das stimmt gar nicht. Die Beschwerde war da, als die MA 22 alle Geräte ausgeschaltet hat. Er hat das immer noch gehört. Aber das war Ausnahme. Ich hab noch nie eine Beschwerde bekommen wegen dem Gastgarten. Ich denke, ich meine, ich bilde mir vielleicht ein, aber Menschen die in eine schönen Raum sind, benehmen sich anders. Ich hab hier z.B. die Gäste, die laut telefoniert haben, darauf aufmerksam gemacht "Schauen Sie, stören Sie die Herrschaften hier daneben nicht. Entweder sprechen Sie leiser oder führen Sie die Gespräch draußen". Und Musik war auch viel leiser als jetzt. Also, ich hab den Menschen, meiner Zielgruppe, einen Raum geben wollen, die sich wohl fühlen, dass sie sich nicht gestört fühlen. Und Beweis dafür, als ich Architekt die Anweisungen gegeben habe und so, er hat einmal gesagt "Das ist aber schon sehr brav". Sage ich "Meine Zielgruppe setzt sich her, haben zwei Bier getrunken. Dann schauen sie auf die Uhr und sagen, sie müssen nach Hause". Das war wirklich meine Zielgruppe. Und die Baupolizei hat mir einmal gesagt, ich halte im doppelten Sinne diese Lokal sauber. Das ist notwendig. Ich meine, das ist meiner Meinung nach ein Beweis dafür, dass das Verhalten der Menschen sich von der Umgebung beeinflusst, ist der Karlsplatz, die Opernpassage. Jetzt ist keine Drogenhändler mehr dort, weil es ist sauber und schön gebaut worden. Es gibt keine Ecken und Kanten mehr usw. Ich kann mich erinnern, als meine Tochter 14 war, vor 20 Jahren, wollte ich in 22. Bezirk. Und ich wollte aber, dass meine Tochter in französische Schule hingeh. Die Gedanke, dass sie am Karlsplatz aussteigen muss. (...)

125 I: Wären Sie als Unternehmer auch bereit, sich hier im Stadtteil für Verbesserungen einzusetzen?

130 B5: Natürlich. Ich sage mehr Grün, mehr Farben und mehr Platz für die Fußgänger. Und ich sage, ganz ehrlich, ich helfe gerne – ich habe auch eine Ehrenmedaille vom Roten Kreuz – aber die Bettlermafia, meiner Meinung nach ist das so, im EU Bereich eh es ist sozial steter und die Menschen werden versorgt, und die Bettler sprechen jeden an, stören die Kundschaften. Es gibt sogar Regierung der Meinung, dass falsch ist, deswegen seit Anfang letztes Jahr verboten, das Betteln. Offizielle verboten, aber gibt keine Strafe, gar nichts. usw. Aber wenn ich in meine Café eine ruhige Atmosphäre schaffen will, vermeide ich diese Störfaktoren. Und in diesem Bezirk, von hier bis zur Favoritenstraße, wenn Sie raus gehen, fünfmal, sechsmal Bettler kommen und von ihnen was verlangt. Und manche sind sehr aggressiv auch. Ich glaube, das müsste auch etwas stärker kontrolliert werden, vermieden werden. Dann denke ich mir, dass sie selber nicht einen Vorteil davon haben, sondern diese Organisation. Dass ich so überzeugt von Organisation spreche, Beweis dafür ist, es gibt Bettler, die ich kenne, z.B. letztes Jahr, die in Gastgarten jedes Mal mit andere Kind herkommt. Und das ist wirklich das allergrößte Verbrechen, dass sei eine Kind das Betteln beibringen. Dass eine fünfjährige, sechsjährige, zehnjährige Kind mir die Hand aufmachen und in die Augen schaut. Das ist, dass für diese Kind alle Perspektiven im Leben ausgelöscht sind. Wenn man so jung so was machen muss. Und natürlich beste Lösung ist gar nichts geben, aber wir Menschen handeln nach Emotionen und geben, weil die Kind uns schlechtes Gewissen gibt, das wir bereinigen wollen. Stadt sollte dahinter sein, dafür zu sorgen in solche Cafés zu vermeiden.

140 I: Ganz was anderes. Sie haben ja eh schon von Ihrer Zielgruppe gesprochen, gibts auch z.B. Stammkunden?

B5: 80% sind Stammkunden. 80% mehr oder weniger Freunde von mir.

145 I: Und kommen dann die Leute vor allem aus näheren Umgebung?

150 B5: Die Mehrheit aus der näheren Umgebung. Aber ich habe Stammgäste gehabt von 21. Bezirk, 16. Bezirk. Ich habe einmal bei Facebook eine Message bekommen, war türkisch geschrieben "wir kommen von Salzburg und haben sehr viel gehört von ihrem Lokal. Wo ist das?" Ich habe im Internet Werbung usw. auch gemacht. Werbung ist auch sehr sehr wichtige Sache. Qualität, Werbung, sollte man auch für den Bezirk Werbung machen. Oder für die Quellenstraße. Die Favoritenstraße ist sowieso sehr belastet. Zu bestimmten Zeiten, nachmittags um vier oder fünf Uhr da kann man nicht einmal, ohne irgendjemanden stoßen, drei Schritte machen. Und Quellenstraße ist wirklich sehr sehr gute Alternative zu Favoritenstraße.

- 155 I: Und welche Art von Werbung haben Sie gemacht?
- B5: Ich habe Werbung gemacht. Ich habe die Gäste 100% zufrieden gestellt. Ich habe Werbung in türkische Zeitung und Fernsehen gemacht.
- I: Und weil Sie vorhin gemeint haben, Werbung für die Quellenstraße (...) ?
- 160 B5: Die Stadt bekommt ja, wenn die Geschäfte, wenn die Wirtschaft belebt ist, auch Vorteile. Wenn die Stadt für uns hier wirbt, haben wir auch Vorteile. Die Stadt auch. Wenn man die Einkaufsstraße hier sieht, die Quellenstraße, man könnte genauso Werbung machen wie für Einkaufszentrum. Z.B. diese Lugner macht am meisten Werbung. Und ohne ihn würde die Lugner-City nur halb so viel Wert sein. Er macht Werbung mit so einfachen Announcen bzw. er geht zum Opernball und er macht Unterschriftenaktion usw. Er belebt diese Einkaufszentrum.
- 165 Und so könnte auch die Stadt Wien die Einkaufsstraßen beleben. In die Mariahilferstraße wird sehr viel investiert, sehr viel Werbung gemacht. Aber sonst keine Einkaufsstraßen.
- I: Viele Leute kennen ja die Quellenstraße auch nicht.
- 170 B5: Eben. Z.B. wenn die Stadt selber hingehen würde, Lidl macht für Quellenstraße. Lidl kann für Quellenstraße eine Werbung machen. Oder wenn die Geschäftsleute gemeinsame Werbung machen für Quellenstraße und die Stadt fördert das irgendwie. Da könnte man schon was machen. Und ein bisschen verschönern auch.
- I: Und wie ist das hier mit den Unternehmern, kennen Sie sich untereinander, tauschen Sie sich aus?
- 175 B5: Also ich habe mich sehr bemüht, unter dem Motto "Gemeinsam sind wir stark". Mit Bäcker und Pizzageschäft hier habe ich sehr gute Zusammenarbeit. Diese Sauberhalten-Aktion z.B. haben wir zusammen gestaltet. Gemeinsam, nämlich, er bringt seine Kunden, seine Kunden trinken bei mir Kaffee. Meine Kunden kaufen sich dort Brot. Wenn wir hier noch belebter machen, haben wir alle Vorteil davon. Wir haben auch gemeinsame Werbung gemacht in Fernsehen, Quellenplatz, mit den Nachbarn zusammen. In Show-TV.
- 180 I: Und sind Sie auch in einem Unternehmerverein?
- B5: Nein, so was haben wir nicht. Die einzige, wo ich und meine Nachbar hier teilgenommen habe, war mit sozialdemokratischer Wirtschaftsverband. Und türkischen Unternehmern haben so eine Verein gehabt. Es hat nichts gebracht. Sie wollten nur gewählt werden und dann haben wir sie nie wieder gesehen. Aber es gibt Aktionen z.B., mit der Politik kann man auch viel machen, z.B. in Frühling haben sie eine Aktion gemacht, in den Lokalitäten auf die Sprachen hingewiesen. Beim Eingang Plakat, welche Sprache gesprochen wird. Der Grund, der Vorteil ist, dass Vielfältigkeit in den Vordergrund gestellt wird. Solche Sachen könnte man öfters machen. Ich meine, ein Straßenfest (...) Es gibt überall in Wien, z.B. ich kann mich an das Simmeringer Straßenfest erinnern, das war drei Tage, und hier in 10. Bezirk gibts diese Möglichkeit nicht.
- 185 I: Und, woran liegt das ihrer Meinung nach?
- B5: Da müsste irgendjemand einmal auf diese Möglichkeit hinweisen. Es gibt Menschen – die ganzen Geschäfte auf den Straßenfeste – mobil sind die, das machen. Bzw. hier die Geschäfte könnten Stände haben. Da könnte man ein bisschen verkaufen, ein bisschen Musik haben und kulinarische Sachen. Es sollte eigentlich nicht aus dem Grund sein, groß zu verdienen, sondern eine Werbung für diese Straße. Wenn die Absicht hat und das anbietet, würde es glaub ich schon Erfolg haben.
- 190 I: Kennen Sie auch die Gebietsbetreuung?
- B5: Ja.
- 195 I: Haben Sie mit der auch mal etwas zu tun gehabt?
- B5: Ja. Sie waren da, haben wir gesprochen. Ich war einmal eingeladen. Dort war ich einmal. Ja, Menschen die sich bemühen, um aus dem Stadtteil was zu machen. Ich persönlich habe jetzt keine kommerziellen Vorteile hier, wenn es belebter wird. Ich denke mir, ich habe selbst verdient vier, fünf Jahre lang. Ich habe Arbeitsmöglichkeiten einige Mitarbeiter gegeben, die zufrieden waren. Und das hier ist noch mein Weg, auch wenn ich weitergegeben habe. Und jede Vorteil für diese Geschäft ist auch in meine Interesse. Ich glaube von Quellenstraße könnte man noch viel mehr holen.
- 200 I: Und weil sie vorher eh schon davon gesprochen haben, dass sie z.B. im Austausch mit dem Bäcker stehen, aber gibts auch solche geschäftlichen Beziehungen, dass man beispielsweise Produkte voneinander bezieht? Gibts Leute hier in der Quellenstraße, woher Sie Ihre Produkte beziehen?
- B5: Nein, das ist hier in der Nähe nicht. In 10. Bezirk auch nicht. Die Kaffee ist aus Bremen. Natürlich, ich wollte österreichische Produkte beziehen, aber Österreich ist glaube ich eingeschlafen mit dem Kaffee, obwohl der Kaffee so berühmt ist. Vor 10, 15 Jahren durch die ausländische Firmen, Segafredo angefangen, Starbucks, Illy, die sind alle ausländische Kaffeefirmen, die in Österreich Kaffeekonsum gesteigert haben. Bei uns hat nur Meindl sowas gemacht, aber das war nur Werbung, aber nicht Kaffeequalität und Geschmack oder irgendwas investiert oder geforscht. Und deswegen Kaffee kommt aus Ausland.
- 205 I: Und z.B. die frischen Lebensmittel?
- B5: Frische Lebensmittel natürlich. Gemüse kaufe ich entweder vom Großgrünmarkt oder bei dem Markt hier. Die Torten kommen aus Niederösterreich, davor aus der Steiermark. Natürlich, wenn man Bezirk fördern will, muss man hier einkaufen. Aber ich habe mir gedacht, "nur das Beste für meine Gäste" (Lachen). Und z.B. ich habe hier Tortenlieferanten geprobt, und aus Bad Tatzmannsdorf habe ich die Torten bezogen, weil die meiner Meinung nach die besten waren. Gemüse kaufen wir oft von Markt, weil Gemüse, Obst verkaufen wir hier nicht viel. Und Zielpunkt, beim Meindl. Aber wie gesagt, Kaffee und Getränke sind unsere Hauptgeschäft.
- 210 I: Gabs dann auch manchmal von Kunden bestimmte Erwartungen oder Wünsche?
- B5: Eigentlich die Feedback war immer positiv. Und manchmal, Weihnachten, hat man diese warme Getränke gewünscht, aber sonst (...) sonst gab es nichts. Die Gäste waren zufrieden mit dem, was ich angeboten habe. Und ich glaube, Glühwein, Punsch, von der Qualität hat das nicht

viel Sinn. Ich meine, in Wein Beutel reingeben und Glühwein verkaufen, das ist nicht meine Qualität. Ich habe wie gesagt, 30 Jahre im Hotel Kongresszentrum und Hotel Intercontinental gearbeitet.

235 I: Und wie viele Mitarbeiter gibt es hier?

B5: Ich habe sechs Mitarbeiter gehabt.

I: Gabs oder gibt es auch Lehrlinge?

240

B5: Ich habe spät aber doch die Ausbildererlaubnis bekommen, aber dann habe ich das Lokal abgegeben. Anfangs habe ich nicht diese Ausbilderbewilligung gehabt, weil ich keinen Abschluss in Österreich habe bzw. für Café gab es nicht. Anfangs war ja hier nur Café und natürlich Snacks usw. Aber da gibts bestimmte Vorschriften. Z.B. Frühstück ist serviert worden. Die Speisen, müsste ein Speiselokal sein, in gewissen Abständen mit Verkauf und Zubereitung zu tun haben müssen. Das war nicht gegeben. Aber später habe ich doch bekommen, nachdem ich die Speisekarte gemacht habe, aber keine Lehrlinge ausgebildet.

245

I: Das wäre dann eine Lehrstelle für Kellnern gewesen?

250 B5: Jetzt schon. Aber dazu braucht man eine Berechtigung als ein Ausbilder, der eine Hotelfachschule oder ähnliches hier absolviert hat oder Meisterprüfung gemacht hat. Ich hab das nicht, aber ich hab es belegen können, dass ich schon sehr lange Trainer war im Hotel Intercontinental, also weiter gebildet habe Personal. Deswegen haben sie mir gegeben.

I: Sie haben Ihre Ausbildung also in der Türkei gemacht?

255

B5: In der Türkei habe ich gemacht, aber ich habe ein Jahr Praktikum im Kleinwalsertal in Vorarlberg gemacht.

I: Haben Sie Gastronomie gelernt?

B5: Ja.

260

I: Nochmal zu den Mitarbeitern. Wissen Sie, ob die hier aus der Umgebung kommen oder aus ganz Wien?

B5: Die sind alle hier aus der Umgebung. In der Nähe wohnen sie.

265

I: Ist der Hauseigentümer ein privater?

B5: Privateigentum.

I: Gabs da mal Schwierigkeiten?

270

B5: Nein.

I: Und Sie wohnen in der Umgebung?

275

B5: Ja. Mit dem Lokal bin ich hergezogen.

I: Aber Sie wolle wieder wegziehen?

B5: Ja, unbedingt.

280

I: Und wann sind Sie nach Österreich gekommen?

B5: 1973. Da war ich 19 Jahre. Ein Jahr Praktikum gemacht, zurück in die Türkei, die Schule absolviert. Und seit 1975 bin ich ununterbrochen hier.

285

I: Sie haben wahrscheinlich auch die österreichische Staatsbürgerschaft?

B5: Ja.

290

I: Sie haben ja das Lokal übergeben. Aber wissen Sie vom neuen Betreiber, hat der bestimmte Zukunftspläne oder Vorstellungen für das Lokal?

B5: Der möchte gleiche Art und Weise weiterführen. Meiner Meinung nach, er ist bisschen mehr gewinnorientiert als ich. Musik will er auch einmal, zweimal in der Woche machen. Live Musik machen. Ich wollte das nie. Nie. Ich hab um 23 Uhr Sperrstunde gehabt, weil ich dachte mir, dann wäre die Zielgruppe verfehlt. Jetzt ist länger offen. Und er ist jung. Aber ich habe mit Lärm immer eine Problem gehabt.

295

I: Wissen Sie auch, was vorher hier war?

B5: Vorher war ein Diskontverkaufsgeschäft. Drei Jahre lange. Weil davor war hier ein Drogeriemarkt, der jetzt in Favoritenstraße ist. Die haben 10-Jahres Vertrag gehabt, drei Jahre bevor der Ende ging, übersiedelt und Untermiete gegeben. Aber ganz Anfang war Elektrogeschäft weiß ich, dann Drogeriemarkt. Und diese Café war ein Geschenk für Favoriten. Und die schönste Dekoration hier sind meine Gäste.

300

I: Nur noch eine Frage: von Wien, von der Stadt, gabs da gewerberechtliche oder irgendwelche Schwierigkeiten?

305

B5: Nein. Ich bin so froh, dass Wien so geführt wird wie jetzt. Vor allem in meine Land, jeder macht irgendwas und keiner hat Ahnung. Und diese Gewerbeberechtigung, Gewerbeschein bzw. Konzession, die früher notwendig gewesen ist, um eine Restaurant zu führen, das ist das Beste. Aber die letzte Zeit wird hier viel ähnliche Stände aufgebaut oder Restaurants. Meistens von meine Landsleute, die die Gewerbeberechtigung einfach mieten, der Stadt Wien hat jemand der Verantwortung beziehen kann. Aber in Wirklichkeit wird nicht von dem

diese Geschäft geführt, sondern irgendjemand, der keine Ahnung von den Lebensmitteln hat. Keine Ahnung von den Konsequenzen von verdorbene Lebensmittel oder keine (?). (...)

310

I: Muss man für ein Kaffeehaus auch einen Befähigungsnachweis erbringen?

B5: Ja. Jetzt ist es so, dass man fünf Jahre Berufserfahrung nachweist. Da braucht man sich nur anmelden, ist gar nicht so schwierig. Im Grunde genommen, die Gäste entscheiden, ob sie wiederkommen oder nicht. Wenn das Essen nicht gut, dann kommen sie nicht mehr.

315

Deswegen ist es nicht mehr so extrem schwierig. Früher war es wirklich sehr schwierig, diese Konzession zu bekommen. Musst man Hotelfachschule machen, mindestens sechs Monate Kurse in Wifi machen und dann war es trotzdem sehr schwer die Prüfung zu bestehen.

I: Ja, dann war es das von mir. Vielen Dank!

**Interview Unternehmerin 6 (B6), Modegeschäft, Quellenstraße – 10.10.2014, 20Min**

I: Seit wann gibt es Ihr Geschäft?

5 B6: Diese Geschäft gibt es seit 15 Jahren, aber so im Geschäft sind wir – also mein Mann – seit 25 Jahren.

I: Auch hier in der Quellenstraße?

10 B6: Auch hier in der Quellenstraße. Vorher waren wir da unten beim Quellenplatz. Jetzt ist da drinnen ein Wettbüro. Dieses Geschäft hatten wir für zehn Jahre, aber, ja.

I: Und wissen Sie was vorher hier was in diesem Geschäftslokal?

15 B6: Ja, das war ein Trachtenmodegeschäft, Firma Wandke (?). Kennen Sie vielleicht. Das ist eine ganz alte Trachtenmodegeschäft. Eine der ältesten Wiens. Aber, halt diese Tradition gibt es nicht mehr, das ist ganz anders geworden. Die waren hier sehr lange, ich glaube 30 Jahre.

I: Und die haben dann geschlossen?

20 B6: Ja, 10. Bezirk ist jetzt so anderes, Favoriten ist so anders geworden.

I: Wie meinen Sie, wie ist es anders geworden?

25 B6: Also die Leute, die sind nicht mehr so traditionell. Und Migranten, also unsere Leute, sind hier mehr als die "echte" Österreicher, sagen wir. Also, die Migrantanteil ist jetzt viel mehr. Die kaufen natürlich keine Trachten, Dirndl und so.

I: Und warum haben Sie diesen Standort, also die Quellenstraße bzw. Favoriten, für Ihr Geschäft gewählt?

30 B6: Mehr Leute. Einfach. Wo die mehr Kundschaft ist, es ist nur dort sinnvoll ein Geschäft aufzumachen. Wir waren in Favoriten schon gewesen, aber der andere Standort war nicht so günstig für uns wie dieser jetzt. Weil der ist mehr, wegen U-Bahn ganz in der Nähe ist und Markt, dieser Bauernmarkt. Das war für uns mehr lukrativer.

I: Und sonst, was sehen Sie noch für Vorteile oder für Nachteile hier?

35 B6: Nachteil, das ist zum Beispiel es wird hier unserem Geschäft jetzt auch viel gestohlen, weil so viele Leute hier sind. Im Sommer zum Beispiel, wir können die Sachen nicht mehr so gerne draußen stehen lassen, wie wir es früher – vor zehn Jahren ca. – gemacht haben. Jetzt nicht mehr so, weil einfach so viele Leute da sind. Natürlich gibt es auch die Leute, die einfach was mitnehmen. Jetzt in der letzten Zeit gibts auch sehr viele Bettler. So das ist auch sehr große Thema für unsere Kaufleute geworden. Die ganze Geschäftsleute hier in der Favoritenstraße (?). Es gibt einfach so viel. Bettler kommen auch nur dort, wo viele Leute sind. Sonst, Vorteile gibts mehr als Nachteile würde ich sagen.

40 I: Welche Vorteile sind das?

B6: Schauen Sie für uns, als Geschäftsmann würde ich sagen, es sollte halt nur mehr Kunden geben. Sonst verlangen wir nichts. Mehr brauchen wir nicht. Natürlich nicht jeder kauft ein, aber mindestens wir haben so eine Kundschaft, die kommen, die gehen und die kommen wieder. Wir haben so Stammkunden mehr. Die kommen wieder und wieder und wieder.

45 I: Und wer sind Ihre Kunden. Sind das Österreicher?

50 B6: Jetzt nicht. Jetzt sind die meistens Migranten, die Arbeiterklasse halt. Wir haben mehr für islamische Richtung die Sachen jetzt. Vor zwei, drei Jahren haben wir das nicht gehabt, aber dann war unsere Geschäft so runter gegangen. Irgendwie da war überhaupt keine österreichische Kundschaft mehr. Sie war da, aber die haben dann Geschäfte gehabt, nur wo die hingehen. Also, nicht in unsere kleine Geschäfte. Und dann mussten wir umstellen. Wir haben versucht, mit dem zu gehen, aber es ist nicht gegangen. Und überhaupt, wir haben in Favoriten, alle verkaufen dieselbe Ware. Wir haben auch so gehabt: Jeanshosen, Tops, Pullover. Das bringt einfach nicht mehr. Vor ca. einem Jahr haben wir ganz umgestellt. Wir haben schon so Kleinigkeiten gehabt inzwischen, z.B. für die ältere Leute, für die dicken Frauen, spezielle Größen. Aber es hat alles nicht genutzt. Jetzt, wo wir ganz umgestellt haben, wir haben mehr Kunden. Die sind alle nur Migranten, das weiß ich. Und von einer Richtung, islamische, tschetschenische Gruppe haben wir viele. Sie sind gute Kunden. Und wir sind zufrieden.

I: Und die kommen hier aus der Umgebung?

60 B6: Sag ich ja. Die sind alle aus der Umgebung. Da kommen jetzt auch viele von den weiteren Bezirken, aber meistens von der Umgebung. Und hier sind sehr viele Migranten in Wien. In Favoriten kann man das nicht sagen.

I: Und haben Sie dann auch besondere Vermarktungsstrategien oder dass Sie Werbung für diese Zielgruppe machen?

65 B6: Eigentlich nicht. Gar nicht. Das ist alles nur Mundpropaganda. Wenn jemand von uns was kauft, sagt er es weiter, wo das Kleid gekauft wurde. Ist nur Mundpropaganda. Wir haben alles versucht, aber hat nichts. Wir haben sogar so viel Geld und Mühe ausgegeben für unsere Website, aber es hat gar nichts genutzt. Für unsere Geschäft nicht. Am Ende bleibt nur eines, dass wir mehr Kunden haben sollen. Am Ende kommt es nur auf das an.

I: Sind sie zufrieden hier an diesem Standort?

70 B6: Ja, sehr sogar.

I: Und wenn Sie was ändern könnten, was würden Sie dann ändern wollen?

75 B6: Ich wünsche, dass die Leute nicht mehr so viel Mist machen. Da draußen wegen Bauernmarkt und alles. Wenn der Bauernmarkt zu Ende ist, wir haben immer so viel Mist und dadurch auch Gestank. Überhaupt in Favoriten habe ich das gesehen, dass die Leute nicht mehr so sind,

wie es einmal war. Die machen sehr viel Mist und das mag ich einfach nicht. Ich komme außerhalb Wien, von Aspern, also Großenzersdorf, und dort ist das so anders als hier in Favoriten. Wenn ich nach Hause gehe, dann fühle ich mich wirklich wie in eine andere Welt.

80 I: Wohnen möchten Sie also nicht hier?

B6: Überhaupt nicht, wohnen nein. Kommt gar nicht in Frage. Wohnen würde ich niemals in Favoriten.

I: Aber warum, also wegen der Sauberkeit (...)?

85

B6: Ja, Sauberkeit und überhaupt, ich mag nicht wenn zu viele Leute. Überhaupt in Wohnung, wenn ich mir denke in einer Wohnung zu wohnen, das kann ich nicht. Tut mir Leid, aber ich bin so aufgewachsen. Ich bin so, dass ich breitere Plätze brauche. Mehr Platz und grüne Umgebung. Ich bin so.

90 I: Und hat sich Ihrer Meinung nach die Quellenstraße in den letzten Jahren verändert?

B6: Es sind mehr Leute, sonst hat es sich überhaupt nicht verändert. Sollte schon sein, aber es hat nicht. Ich sehe jetzt Favoritenstraße seit 20 Jahren schon, aber ist gleich geblieben. Nur halt mehr Leute. Viele Geschäfte, die ich gesehen habe, sind jetzt zu. Also, in der Richtung wenn sie runter gehen, gibts nur die türkische Geschäfte oder wissen Sie, von Migranten, die Leute, die Migrationshintergrund haben. Zum Beispiel die Firma Wandke, die uns diese Geschäft gegeben hat, von denen wir Geschäft übernommen haben, es gab viele hier. Die alle geschlossen haben. Der Holzer war vis-a-vis, das war auch eine ganz alte Papiergeschäft. Also, Libro ist neu, Holzer war ganz alt. Der war auch so 40 Jahre im Geschäft, wo jetzt Bipa ist. Und daneben war auch eine, wo jetzt Mann ist, war auch eine Glaserei. Also, es ist ganz anders geworden, also die Geschäfte sind ganz anders geworden. Aber im Grunde genommen ist es dasselbe geblieben die Quellenstraße. Aber halt mehr Leute und die Geschäfte sind von anderen Leuten übernommen worden.

100

I: Und wie ist es mit den anderen Geschäften in der Umgebung. Sind Sie mit denen in Kontakt?

B6: Oh ja. Wir kennen alle untereinander. Sicher. Nur die großen Firma halt nicht. Zum Beispiel ich kenne keinen von Bipa. Natürlich nicht. Ich glaube, die Schuh Kaiser ist immer noch das einzige Geschäft, das seit so vielen Jahren hier ist und das ist auch nur wegen Stammkunden. Das ist auch seit 40 oder 50 Jahren hier. Oder diese Geschäft, also jetzt wurde es von meinem Schwager übernommen, also daneben ist ein Taschengeschäft. Jetzt ist mein Schwager drinnen, er hat das Geschäft vor sechs Jahren übernommen. Aber vorher war das für 35 Jahre unter einer österreichischen Dame. War dieselbe Firma. Er hat sogar dieselbe Name und alles, immer noch die selben Waren, aber die Firma ist geändert.

110

I: Und Ihre Waren, woher beziehen Sie die?

B6: Wir beziehen das nicht aus Österreich. In Österreich gibts gar nichts zum Kaufen. Wir haben meistens aus Frankreich. Und in Frankreich gibts das auch nicht "made in Paris" natürlich. Das ist alles aus China. Auch wenn wir "made in Paris" oder "made in Italy" was kaufen, wir wissen schon, dass es made in China ist und dort wurde dann nur das Etikett anders gemacht. Zum Beispiel da bei dieser Bluse steht "made in Paris" oben, aber wir wissen auch, dass es nicht. Da ist echtes Fell oben und wir wissen einfach, dass in Europa nicht möglich ist. Aber halt, wir müssen da Augen zudrücken.

115

I: Und sind Sie hier in irgendeinem Unternehmerverein?

120

B6: Eigentlich nicht. Das ist nur eine Favoriten-Kaufleuteverein. Dort sind wir automatisch angemeldet, aber sonst nicht.

I: Aber gibts von denen Beratung oder Kurse oder dergleichen?

B6: Nein, gar nicht.

125

I: Und kennen Sie die Gebietsbetreuung, die für Stadtteilarbeit zuständig sind, die sind da vorne in dem Backsteingebäude?

B6: Nein. Bis jetzt haben wir gar nichts zu tun gehabt.

130

I: Und haben Sie hier schon mal bei Aktivitäten im Stadtteil, in der Straße mitgemacht?

B6: Nein, eigentlich nicht. Nur an Weihnachten, wenn die sammeln für die Beleuchtung und alles, wir haben auch unsere Anteil. Aber sonst nichts.

135

I: Aber hätten Sie Interesse daran, wenn hier z.B. ein Fest ist, dass sie sich da auch beteiligen?

B6: Ja. Sicher. Aber die Feste wenn überhaupt gibt, dann sind auf Favoritenstraße und nicht auf der Quellenstraße. Und wir sind auf der Quellenstraße. Wir haben da quasi damit gar nichts zu tun. Es ist immer auf die Hauptstraße, nicht da.

140

I: Und für Ihr Geschäft, haben Sie da bestimmte Zukunftsaussichten?

B6: Ich weiß nicht. Sehr viel habe ich nicht vor. Wenn es auch nur so weiter geht, würde ich zufrieden sein. Wie es jetzt ist. Aber es kann natürlich schlimmer werden. Wenn wir sehen, dass ganz Europa in Rezession geht, jetzt die Arbeitslosigkeit auch in Österreich steigt, haben die Leute überhaupt kein Geld auszugeben. Die wollen alles nur ganz billig haben. Es soll Ramsch sein, Hauptsache billig. Dann können wir nicht mithalten mit den Preisen.

145

I: Wie ist das preisliche Niveau bei Ihnen hier?

B6: Wir haben so mittlere Klasse Preise. Wir haben von fünf Euro bis zu 100 Euro. Es ist mittlere Klasse. Es ist nicht gehobene Klasse, es ist nicht ganz Ramsch.

150

I: Und was würden Sie sagen, ist Ihre Rolle für den Stadtteil, ihr Beitrag für den Stadtteil?

155 B6: Ich hab überhaupt keine. Ich habe nicht einmal daran gedacht.  
I: Aber durch Ihr Geschäft?

160 B6: Ich versuche meine Umgebung so sauber zu halten, wie ich das kann, aber (...) halt mehr mache ich nicht. Habe ich auch nicht vor (Lachen).  
I: Haben Sie Mitarbeiter?  
B6: Ja, ich habe eine Angestellte.

165 I: Und kommt die hier aus der Umgebung?  
B6: Sie aus 2. Bezirk.  
I: Lehrlinge?

170 B6: Jetzt nicht mehr, bis heuriges Jahr haben wir gehabt. Mein Mann ist ein Lehrlingsausbildner. Wir haben ca. zehn Lehrlinge ausgebildet bis jetzt, im Einzelhandel.  
I: Und die Lehrlinge, waren die aus der Umgebung?

175 B6: Nicht alle. Meistens, aber nicht alle.  
I: Und haben Sie es in Zukunft auch wieder vor?

180 B6: Ja, wir wollen eh. Aber bis jetzt haben wir keine guten gefunden. Seit einem Jahr versuchen wir, aber bis jetzt (...) Die junge Leute, die wollen jetzt glaube ich nicht mehr arbeiten. Jetzt kriegt man auch Geld, wenn man in die Schule geht, als Lehrling angemeldet ist, das reicht. Und du musst nicht arbeiten. Die meisten wollen das so haben.  
I: Und der Hauseigentümer, ist das eine Firma?

185 B6: Das sind alles Eigentümerwohnungen.  
I: Und Sie sind hier in Miete?

190 B6: Ja.  
I: Noch kurz zu Ihnen. Darf ich um Ihr Alter fragen?  
B6: 43 Jahre.

195 I: Sind Sie in Österreich geboren?  
B6: Nein, in Indien.

200 I: Wann sind Sie dann nach Österreich geboren?  
B6: 1993. Vor 22 Jahren ca.  
I: Und Sie haben die österreichische Staatsbürgerschaft?

205 B6: Ja.  
I: Haben Sie Einzelhandel/Verkauf gelernt?  
B6: Ich habe nicht, nein. Ich einen Abschluss in Psychologie. Aber mein Mann hat das gearbeitet und ich bin weiter.

210 I: Haben Sie in Wien studiert?  
B6: Nein, in Indien.

215 I: Kommen dann auch manchmal von Kunden bestimmte Wünsche?  
B6: Oh ja, aber es ist meistens nur über die Bekleidung, was geschäftliches immer. Was anderes hab ich noch nie gehabt. Es ist nur wegen Ware.

220 I: Ok, das waren meine Fragen. Vielen Dank.

**Interview Unternehmer 7 (B7), Kaffee/Bar, Quellenstraße – 10.10.2014, 20Min**

I: Seit wann gibt es das Lokal schon?

5 B7: Seit wann ich Besitzer drauf bin oder seit wann es Lokal gibt?

I: Seit wann sind Sie Besitzer?

10 B7: Seit drei Jahren.

I: Und das Lokal selbst?

B7: Gibts schon 20 Jahre. Ich habe es gekauft.

15 I: Und warum haben Sie hier die Quellenstraße als Standort gewählt?

B7: Weil ich hier wohne in der Nähe.

I: Was sehen Sie hier für Vor- und auch Nachteile in der Umgebung?

20

B7: Auf der Quellenstraße Vorteile: ist ein frequentierte Straße, ist aber nicht überfrequentiert. Das ist der Vorteil. Und plus ist eine Hauptstraße. Also für Geschäft ist immer besser eine Hauptstraße zu gehen.

I: Und Nachteile?

25

B7: Es wird zu wenig unterstützt von Behörden, wenn man was bewegen will. Und die behördlichen Wege sind immer zu lang.

I: Zum Beispiel?

30 B7: Von Schnanigärten, Parkplätzen, weiß nicht, oder da (*zeigt nach draußen vor sein Lokal, C.A.*) haben Sie einen Stromkasten. Nimmt einen ganzen Parkplatz weg, was komplett unnötig ist. Und trotzdem geben sie mir nicht, dass der Parkplatz umgedreht wird, bleibt der Stadt wieder ein Parkplatz über und mir bleibt der Schanigarten, Maronistandl, weiß nicht, oder Eisstandl im Sommer, oder viele andere Sachen könnte man machen. Oder Stammtisch draußen machen, was jeder Fußgänger draußen benutzen könnte, ja so Kleinigkeiten. Wenn man jetzt Lokal umbauen will, vom Gesetz her muss jeder einzelne einverstanden sein, was man machen will. Also dauert das bis sechs Monate, bis alle unterschrieben haben und ich eine Front ändern darf. Jeder andere freut sich, wenn was neues gemacht wird. Nein, es muss so sein.

35

I: Und hier generell im Viertel, sehen sie da Vor- oder Nachteile?

40 B7: Natürlich wirds Vorteile geben. Jetzt kommt die U5 angeblich, Zentralbahnhof ist dazugekommen. Die Immobilienpreise werden steigen, alles wird dementsprechend voran getrieben vor der Seite jetzt. Schauen wir mal. Das ist ein Plan von 20 Jahren.

I: Aber sonst sind Sie zufrieden hier an diesem Standort?

45 B7: Ja, ich bin zufrieden. Weil näher an der Favoritenstraße ist zu frequentiert, ist zu laut, zu hektisch und hier ist wirklich ein kleiner ruhiger Pol im 10. Also, wir wohnen hier, die Gattin und ich, hier hast du Ruhe und trotzdem bist du mitten im Geschehen, wenn du was brauchst oder haben willst, oder erledigen musst oder fortgehen willst. Es ist alles da. Es ist gute Verbindung mit 1. Bezirk.

I: Und wenn Sie hier was ändern könnten, gäbe es da was, was Sie ändern möchten?

50 B7: Auf jeden Fall. Das eine ist, Parkpickerl einführen. Das ist ein riesen Nachteil für Gastronomie, weil die Leute finden keine Parkplätze. Und fährt zweimal vorbei und dann fährt er weg. Und wenn das zehn Leute am Tag machen – 2,60 Euro – sind 26 Euro mal 30 Tage, mal 12 Monate, das ist ein Lawinengeld, was einem durch die Lappen geht. Mit den Baustellen auch. Es gibt keine Entschädigungen, es gibt nichts. Die Baustelle ist jetzt da vorne. Das wird komplett umgeleitet irgendwie, Parkplätze werden weggenommen, angeblich wirds bis Ende Dezember sein. Und die Geschäfte leiden. Und die Baustellen, was die Stadt Wien durchführt, ohne Besitzer von Lokalen oder irgendwelchen Betriebe zum Entschädigen oder zum Nachfragen, wie man was machen könnte, machen sie einfach nicht. Ich finde, das ist schlecht. Also, jetzt muss ich drei Monate durchleben, irgendwie durchziehen. Überlebe ich, überlebe ich nicht, das ist mir überlassen. Das interessiert keinen. Wichtig ist, am 1. wenn die Steuer nicht bezahlt ist und Krankenkasse nicht bezahlt ist, dann sind sie mir gleich am Nacken.

55

I: Und hat sich Ihrer Meinung nach die Quellenstraße in den letzten Jahren verändert?

60

B7: Überhaupt nicht. Ja, was sich viel ändert in Stadt, was ich nicht so lustig finde, zum Beispiel diese große Einkaufszentrum. Das erstickt diese kleine Privatwirtschaft, von Schneider um die Ecke, von Metzger um die Ecke. Diese kleine Betriebe, familiären Betriebe, wo reingehst, wo dich jeder kennt, wo wer nachfragt, wie es deinen Kindern geht, wie geht es deiner Frau, Familie. Stirbt alles aus. Auf der Quellenstraße, war früher lebendige Straße. Jetzt ist Handy Shop Straße geworden, mehr oder weniger. Das ist aber schon von 90er Jahren, Einfluss von diesen amerikanischen Konzernen und alles kopieren von Amerika. Das ist nicht adäquat für Europa.

65

I: Und für Ihr Lokal hier, haben Sie da bestimmte Zukunftspläne?

70 B7: Natürlich. Wollen wir anbauen. Jetzt, ob es in dieser Größe bleibt, schauen wir mal. Wenn diese Spielautomaten zugesperrt werden, dann würden wir noch einen zweiten Standort dazu nehmen und zusammen ziehen. Das sind die Nachbarn da drüben. Dann würden wir komplett umbauen und ein kleines Restaurant oder Kaffeehaus machen, mit klassischem Gulasch, Würstel mit Saft, Gulaschsuppe, ein Mittagsmenü täglich, so ein paar kleine Gerichte. Hier daneben sind diese Glücksspielautomaten.

I: Und das steht schon im Raum, dass die zusperrten?

75

B7: Das kommt darauf an. Das ist auch so eine Sache. Da ist viel Geld im Spiel. Stadt Wien sagt "Ja", dann sagt sie wieder "Nein". "Bis 1.1.2015 müssen alle zusperrten". Es kennt sich kein Mensch aus bei dem Gesetz. Austria Casino und Novomatic. Novomatic hat gewonnen in

Wien, was die Glücksspiele anbelangt. Monopol haben sie bekommen. Aber jetzt haben sie wieder irgendein Hinterfenster aufgemacht. Da kennt sich kein Mensch aus. Wobei, ich bin lange in Gastronomie und kenne ziemlich viele Leute, die sagen das.

80

I: Vielleicht nicht ganz einfach zu beantworten, aber was glauben Sie ist Ihre Rolle hier im Stadtteil?

B7: Also hier im 10. Bezirk ist multikulti. Ich schaue, dass ich die Kulturen alle zusammen bringe. Bei mir kommen, egal welche Nationen, ob das Österreicher sind, ob von Ex-Jugoslawien, Polen, Slowaken, Tschechen, Ungar. Ist ja wurscht wer. Türken. Schaue ich immer, dass es miteinander geht, nicht gegeneinander.

85

I: Sind dann Ihre Kunden auch so durchmischte?

B7: Genau.

90

I: Versuchen Sie das dann ganz gezielt? Wie?

B7: Einfach dass ich politische und religiöse Themen meide. Und das ist es. Mehr brauchen Sie nicht machen.

95

I: Und die Kunden, sind die hauptsächlich hier aus der Umgebung?

B7: Meistens hier aus der Umgebung, 80% sind Stammkunden.

I: Haben Sie Kontakt zu den anderen Unternehmern hier? Tauschen Sie sich auch?

100

B7: Ja, normaler Kontakt. Entweder geschäftlich. Weiß nicht, wenn ich was brauche, gehe ich da oder dort, zum Bäcker oder was weiß ich, hin. Normaler Kontakt jetzt. Austauschen tun wir uns nicht großartig.

I: Aber Sie kaufen hier auch ein?

105

B7: Ja, ich habe es lieber in kleinen Geschäften einkaufen als diese Konzerne. Die haben eh genug Geld, die kleinen brauchen es.

I: Sind Sie auch in einem Unternehmerverein?

110

B7: Außer der Wirtschaftskammer nicht.

I: Kennen Sie die Gebietsbetreuung?

B7: Ja.

115

I: Hatten Sie mit der schon zu tun?

B7: Haben wir aufgesucht wegen diese Gärten draußen und wegen diese Parkplätze, wollte ich haben. Haben Sie sich nie gerührt. Das dauert seit zwei Jahren schon. Dass sie ein bisschen ziehen, dass es ein bisschen leichter ist, aber bewegt haben sie nicht viel. Einzige, wo sie sich aufgeregt haben, ich habe einen Dünger, was in Lidl zu kaufen gibt, aufgestreut und ist hergekommen und hat gesagt, "das darf man nicht machen". Und ich hab gesagt, "wieso? Im Vertrag steht das nirgends, dass man das nicht machen darf." "Na, es war eine Person hier und die hat sich aufgeregt." Sag ich, "na wegen dem kommen Sie jetzt hier her? Es waren tausend Leute da und haben gesagt, endlich tut irgendeiner irgendwas." Weil ich war der allererste, der Blumen eingepflanzt hat. Aber für nächstes Jahr tun wir wieder. Habe ich dreimal dieses Jahr Blumen nachgesetzt und das kostet eine Lawine Geld. Und dann habe ich ihnen vorgeschlagen "wieso machen Sie nicht jedes Jahr, jeder der

120

was ein Blumerl wo einpflanzt, der Nachbarbetrieb, was weiß ich, heute kriegst du als schönster Garten einen Hunderter, nächstes Jahr bekommt wer anderer" Und so ziehst du das auf einmal nach. Nein, die verteilen, wie heißt das, Grillermischung, Blumen. Eine Frechheit. Wenn man irgendwas bewegen will, irgendetwas haben will, wie Straßenfest oder irgendwas, muss man im Voraus anmelden. Muss man das, muss man das, etc. Soll alles ein bisschen lockerer gehen. Weil mit solche Sachen bringst die Leute zusammen. Die Barrikaden fallen und so weiter. Wir leben alle in derselben Stadt. Wir zahlen alle hier Steuer. Wir zahlen hier Miete oder Betriebskosten. Wir leben hier miteinander. Wir sollen hier miteinander denken und selbe Richtung sehen. Es fehlt ein bisschen diese Zusammenführung von dieser multikulturellen Stadt. Und

125

Wien ist multikulti. Und ich finde, dieses Zusammenleben fehlt ein bisschen. Was man irrsinnig stark merkt in letzter Zeit, die muslimischen Leute trennen sich viel von den anderen. Sind nicht alle gleich. Wir haben viele türkische Gäste auch von Ex-Jugoslawien mit muslimischen Glauben, sind locker. Aber es gibt viele, ich weiß nicht, das ist in letzter Zeit so (...) Vielleicht liege ich falsch. Da kenne ich mich zu wenig aus. Aber irgendwie so ein Gefühl.

135

I: Und erwarten Sie sich von der Stadt da was, um das Zusammenleben zu fördern?

B7: Natürlich. Stadt macht den größten Fehler von Anfang an. Jeden Reinlassen in die Stadt und ohne zu kontrollieren, wen sie reinlassen in die Stadt. Ich komme vom Ursprung her aus Ex-Jugoslawien, aus Kroatien, das ist mit unseren Leuten auch. Als Gastarbeiter in 70er Jahre, da ist irgendwas, ich weiß nicht, ein Bauer mit zwei Kühen und irgendwas ohne Schulausbildung habens herein lassen und 80% können bis heute kein Deutsch. Es gehört gefördert. Jetzt haben sie angefangen. Deutschkurse machen sie. A, B, C, D, das ist nicht schlecht. Es gehört durchgegriffen, nicht nur Polizei – weil hier ist wie Polizeistaat, kleine Kleinigkeit, aber kriegst sofort eine Strafe. Weil wenn irgendeine andere Nationalität hat Hochzeit, fahren mit österreichische Fahne und ihre andere Fahne, ist wurscht welche, ob ungarische, tschechische, polnische, kroatische, serbische, bulgarische. Ist wurscht welche, aber ist österreichische Fahne auch dabei. Hochzeit, fahren durch. Regt sich kein Mensch auf. Türken fahren nur mit türkische Fahne, halten die Polizei nicht auf. Die anderen halten sie sofort auf und werden bestraft, auf der Hochzeit. Das finde ich eine Frechheit. Denn wenn ein Gesetz ist, dann ist für alle gleich. Ist wurscht von wo er kommt und wer er ist. Weil als normaler Mensch du wirst bestraft für jede Kleinigkeit und bei organisierten Sachen, "da haben wir Angst, da machen wir nix." Das ist nicht zum Lachen, ich wohne hier, ich schaue mir das jeden Tag an. Hier wachsen meine Kinder auf. Das ist nicht lustig.

140

145

150

I: Noch mal zum Lokal selbst. Wie viele Mitarbeiter haben Sie hier?

B7: Drei.

I: Haben Sie auch Lehrlinge?

155

B7: Nein, für was. Wir sind ein kleiner Betrieb. Ich habe 20 Lehrlinge ausgebildet in Gastronomie, aber nicht in diesem Betrieb. Ich habe Koch/Kellner gelernt, Meisterprüfung. In Kroatien habe ich das gemacht. Aber Gleichstellung habe ich bekommen.

I: Und seit wann sind sie in Österreich?

160

B7: Seit 1999.

I: Darf ich Sie noch um Ihr Alter fragen?

165

B7: 41 Jahre.

I: Und das Lokal ist hier in Miete.

B7: Ja, Hauptmiete.

170

I: Das war es dann meinerseits. Vielen Dank.

**Interview Unternehmer 8 (B8), Restaurant, Brunnengasse – 1.10.2014, 42Min**

- I: Sie sind der Bruder vom Mesut?
- 5 B8: Ja.
- I: Wer hat den "Kent" gegründet?
- B8: Das war mein Vater.
- 10 I: Wissen Sie wann?
- B8: 1990.
- 15 I: Und mittlerweile gibt es Kent an mehreren Standorten?
- B8: Ja. Es gibt drei Filialen. Jetzt wird die vierte Filiale aufgesperrt im 14. Bezirk. Aber wir arbeiten alle selbstständig. Im 15. ist mein Onkel und seine Söhne, im 10. ist ein sehr guter Freund von meinem Vater, der leitet das dort. Das ist 14. gehört jetzt auch dem Onkel vom 15. Also wir kümmern uns nur um das hier im 16., das ist quasi ein Familienbetrieb. Die Kentkette gehört einer Familie, aber jeder arbeitet für sich. Das sind eigene Firmen.
- I: Und hat Ihr Vater oder Ihre Familie noch andere Geschäfte hier, weil man immer wieder mal wo "Kent" liest?
- B8: Ja, wir haben zwei türkische Kaffeehäuser. Und einen türkischen Friseur gibts hier. Der gehört nicht zur Familie. Der ist aus dem gleichen Dorf wie mein Vater und er hat gefragt, ob er den Namen benutzen darf.
- 25 I: Wissen Sie, warum Ihr Vater diesen Standort hier gewählt hat?
- B8: Das war Zufall. Mein Vater wollte immer selbstständig werden. Hat beim Grundig gearbeitet. Und ein guter Freund von ihm hat da unten ein Lokal gehabt und der hat ihm gesagt, das war früher ein Gasthaus, "der will das verkaufen". Und er hat sich das angeschaut und hat ihm sehr gut gefallen und hat es gleich genommen.
- I: Und jetzt, seid ihr zufrieden mit dem Standort?
- 35 B8: Ja, sehr. Es hat sich alles verbessert in den letzten Jahren. Durch den Yppenplatz, dort sind viele Lokale jetzt. Und vor zehn Jahren haben viele Kunden zu uns gesagt, sie kommen nur wegen uns. Da war der 16. ein bisschen verschrien. "Sie kommen nur wegen uns und würden sonst nie im 16. fahren." An das kann ich mich gut erinnern, das haben viele Kunden gesagt. Und jetzt ist nicht mehr so. Jetzt ist es sehr gemischt. Das hat auch mit dem Renovierungen der Häuser – es sind viele Österreicher wieder in dem Viertel – und den ganzen Lokalen am Yppenplatz, mit dem hat das zu tun. Also, es hat sich viel getan in den letzten zehn Jahren hier im 16.
- 40 I: Was sehen Sie hier generell für Vorteile und auch Nachteile für das Restaurant hier?
- B8: Nachteil ist, dass es jetzt mehr Lokale gibt, also quasi mehr Konkurrenz. Aber auch Vorteile, dass man Publikum anzieht hierher und neue Gäste, viele. Es ist nicht so populär wie der Naschmarkt. Aber es geht schon in die Richtung. Der Naschmarkt ist ja sehr populär.
- 45 I: Und gibts auch Schwierigkeiten, die Sie hier sehen an diesem Standort, also abseits der Konkurrenz?
- B8: Ein bisschen Parkplatzprobleme. Sonst eigentlich (...) Ja, U6 ist verschrien, die Josefstädterstraße U-Bahn-Station mit den Obdachlosen und Drogen. Das ist aber glaub ich in Wien generell so, dass das immer mehr wird. Aber die U6 ist glaub ich schon sehr verschrien. Ich fahre leider nicht mehr so oft mit der U-Bahn, aber ich höre das vom Personal.
- 50 I: Und gibts generell in Wien besondere Möglichkeiten oder besondere Schwierigkeiten als Unternehmer?
- B8: Nein, in Wien ich finde es gut, dass es viele Kontrollen gibt, auch in der Küche. Dann fühle ich mich auch wohler, wenn ich woanders essen gehe. Das finde ich eigentlich gut, dass sie das machen. Das einzige, was ich aber auch an den Anrainern verstehe, dass der Innenhof nur bis 22.00 Uhr offen haben darf. Das ist ein Nachteil für uns, aber es ist auch verständlich.
- I: Leben Sie auch hier im Stadtteil?
- 60 B8: Momentan.
- I: Dann kennen Sie ihn ja vermutlich ganz gut. Mich interessiert, wie Sie diesen Stadtteil beschreiben würden?
- B8: (...) Also, bei uns Brunnenmarkt hat viele Vorteile. Es ist auch ziemlich zentral. Du bist überall schnell. Von den Mieten her ist es auch nicht so teuer. Parkpickerl finde ich auch gut, damit es mehr Parkplätze gibt. Das spürt man auch sehr. Es ist auch gut, dass es nur bis 19.00 Uhr ist. Nicht so wie in anderen Bezirken bis 22.00, 23.00 Uhr. Das wäre ein Problem für unsere Kunden. Dass es sehr gemischt hier ist. Du hast hier eigentlich alle Nationalitäten. Natürlich in der Ottakringer Straße hast mehr Serben und Kroaten, am Brunnenmarkt mehr die Türken. Aber wir haben eigentlich kein Problem. Wir haben auch viele Kunden von anderen Ländern. Unsere Kunden sind sehr international. Österreicher, Türken, Arabische, Kroaten. Wir haben auch viele Studenten, Familien, Ärzte, Anwälte, Politiker, Schauspieler, Fußballclubs, wenn die in Österreich sind auf Trainingslager.
- 70 I: Gibts dann auch viele Stammkunden?
- B8: Ja. Jeder versucht natürlich, dass er neue Kunden dazubekommt.
- 75 I: Und wie schätzen Sie das Einzugsgebiet der Kunden ein?

80 B8: Aus ganz Wien verteilt. Wir haben auch viele aus dem 21., 22. Bezirk, die uns bitten, dass wir dort eine Filiale aufsperrten. Wir haben viel türkisches Publikum, die aus St.Pölten und Wiener Neustadt zu uns kommen. Wir waren ja auch eines der ersten Restaurants, türkischen Restaurants, hier in Wien. Und damals, 1990, hat es zu Hause kein türkisches Fernsehen gegeben. Wir haben nur türkisches Fernsehen empfangen, eine riesengroße Satellitenschüssel gehabt. Türken sind auch sehr Fußball begeistert. Das war damals Fußball. Jetzt kann jeder sich das schon zu Hause anschauen. Damals war sehr sehr viel los, wenn Fußball war. Da sind die Leute sogar draußen gestanden, im Winter, von den Fenstern rein geschaut, damit sie das Match mitverfolgen können. Wir haben damals 24 Stunden offen gehabt. Und waren damals ein Treffpunkt für sehr sehr viele Taxifahrer in Wien. Die sind hierher gekommen essen, dann haben sie ein bisschen Karten gespielt, dann sind sie weiter gefahren. Das war aber damals. Damals haben am Sonntag und Feiertagen viele Lokale zugehabt. Jetzt gibts überall in Wien Restaurants, die bis 2.00 oder 3.00 Uhr in der Nacht offen haben, überall Kebapstandl, Mc Donald. Die Zeit verändert sich.

I: Wie lange ist hier jetzt geöffnet?

90 B8: Bis 2.00 Uhr.

I: Wie würden Sie die Rolle des Restaurants für den Stadtteil beschreiben, welchen Beitrag leistet es?

95 B8: Durch uns, oder durch den Yppenplatz jetzt auch, kommen viele von anderen Bezirken. Wie gesagt, der Bezirk war damals sehr verschrien und jetzt kommen die Leute schon lieber in den 16. oder der Brunnenmarkt. Also, es hat sich sehr viel verändert hier. Zu uns kommen viele Touristen. Durch Reiseführer oder durch Bekannte, die gesagt haben, wir warn in Wien, da kann man essen gehen. Das haben wir auch oft. Weil ich frage oft nach, wie sie auf uns gekommen sind, da haben viele schon gesagt, "Freunde von uns oder Familie von uns waren in Wien, waren bei euch essen". Da freut man sich natürlich.

100 I: Und gibts hier für das Lokal bestimmte Zukunftspläne?

B8: Damals im 15. und 10. haben wir zusammen mit meinem Onkel gemacht. Und mein Vater hat dann gesagt, "nein, arbeitet hier selbstständig!" Wir sollen uns nur auf hier konzentrieren. Also, wir wollen nicht mehr Filialen, wir wollen bei der einen bleiben und uns um die eine kümmern. Wir machen auch (...) wir haben auch einen Keller, wo wir Veranstaltungen machen, Hochzeiten, Verlobungen haben. 105 Weihnachtsfeiern sowieso. Wir machen Hauszustellungen, Caterings. Leiten tut jetzt mein Bruder das Geschäft. Und wenn wir dann Catering haben ist schon sehr, dann muss sich einer um das Restaurant kümmern, der anders ums Catering. Kleinere Weihnachtsfeiern von Spar, Billa und so, die Supermärkte, wo 10 bis 30 Leute kommen, oder größere, wo 50 bis 100 Personen kommen. Oder viele mieten sich zur Weihnachtsfeier einen Raum und wir machen dann das Catering.

110 I: Und – ich weiß jetzt nicht, wie gut Sie den Standort im 10. kennen – aber wenn Sie nun hier das Brunnenviertel und den 10. vergleichen, können Sie da Unterschiede feststellen?

B8: Ja schon. Wir sind sehr gemischt, bei uns der Großteil ist eigentlich auch österreichische Kunden. Mehr österreichische Kunden als türkische, was dort nicht so ist. Die haben großteils türkische Kunden.

115 I: Aber das Angebot ist dasselbe?

B8: Ja, das ist dasselbe. Im 15. ist das auch gemischt, halb halb. Aber der 10. z.B. ist mehr (...) wahrscheinlich, in Favoriten sind mehr ausländische Bewohner.

120 I: Haben Sie schon mal hier im Stadtteil wo mitgemacht, bei irgendwelchen Initiativen oder wenn es Veranstaltungen gab?

B8: Wir sind angesprochen worden für das Donauinsselfest oder am Rathausplatz kulinarische Woche (...)

125 I: Aber hier direkt im Brunnenviertel?

B8: Brunnenmarktfest und so. Da stehen wir schon drinnen. Aber es ist nicht, dass wir irgendwas extra machen.

I: Und kennen Sie die Gebietsbetreuung?

130 B8: Nein.

I: Noch mal zu den Kunden. Richtet sich Ihr Angebot auch an einen bestimmten Kundenkreis? Oder haben Sie eine bestimmte Zielgruppe vor Augen?

135 B8: Nein, bei uns ist jeder willkommen. Bei uns gibts wirklich für jeden etwas, von der Preisklasse her. Wenn mehr Exquisite kommen, die wollen halt besser essen. Dann können wir für die auch extra Speisen machen, oder denen Tische decken und wird mehr betreut und kostet dann auch dementsprechend. Unser Ziel ist, dass sich die Kunden wohl fühlen und auch schnelles Essen, schnelle Bedienung, ganz wichtig. Weil oft Leute auch nur schnell kommen, eine halbe Stunde Pause haben, dass sie schnell ihr Essen bekommen.

140 I: Gabs auch von Kunden schon bestimmte Wünsche?

B8: Ja, ein halbes Lamm, ein ganzes Lamm. Natürlich muss man sich auch anpassen. Man muss mit der Zeit mitgehen. Am Wochenende z.B. Brunch ist sehr wichtig jetzt, das machen wir auch schon. Hauszustellungen, machen wir eh schon lange, aber jetzt werden uns noch mehr darauf konzentrieren, weil die Leute immer mehr zu Hause bestellen. Unter der Woche gehen die Leute nicht mehr so viel essen wie früher. Oder es sind so viele Lokale, weiß ich nicht. Aber die letzten zehn Jahre sind schon sehr viele Lokale gekommen.

I: Haben Sie besondere Vermarktungsstrategien?

150 B8: Wir haben bis jetzt noch nie Werbung gemacht. Wir haben oft irgendwie so "Gratiswerbung". Dass Zeitungen über uns berichten oder wenn irgendwas mit Türkei oder so zu tun hat (...) Oder wenn Fußball ist, wir senden live in der Pause. Und jetzt, wo viel über den Islam gesprochen wird, kommen sie zu uns, und fragen, ob wir damit Probleme haben. ORF kommt oft, letzters war das Profil da, die haben eine Reportage gemacht, haben Fotos gemacht.

- 155 I: Sind Sie hier mit den anderen Geschäftsleuten in der Umgebung in Kontakt, gibt es da Austausch?  
B8: Ja ja. Gegenüber von uns ist z.B. Oase (?).
- I: Gibts auch direkte Geschäftsbeziehungen?  
160 B8: Nein, das ist vom Großhandel.
- I: Und sind Sie sonst in irgendeinem Unternehmerverein?  
165 B8: Nein.
- I: Noch mal zu den Geschäftsbeziehungen. Ihre Waren beziehen Sie also von Großhändlern?  
B8: Ja, also Gemüse nehmen wir vom türkischen Großhändler. Aber das Fleisch z.B. von österreichischen Großhändlern. Das ist uns sehr wichtig, also Qualität aus Österreich. Für uns ist sehr wichtig Qualität. Wir haben z.B. kein Fertigkebab, wir machen das selber. Das ist uns sehr wichtig. Wir kaufen das Kalbfleisch und machen es selber. Das wissen aber nicht viele.
- I: Was glauben Sie ist es, was die Kunden am Kent schätzen?  
175 B8: Gastfreundschaft. Das frische Essen. Es bleibt eh fast nie was über. Was über bleibt, kommt in den Mist. Meistens ist um 17.00, 18.00, 19.00 Uhr aus Kebab bei uns und dann gibts keins mehr. Wenn man es wieder frisch macht, das bleibt dann über und dann müssen sie es wegschmeißen. Und am nächsten Tag wieder ein neues machen. Deswegen, wenn es aus ist, ist es aus. Am nächsten Tag wird alles frisch gemacht. Und (...) bei uns laufen auch die Kinder herum. Wir sagen auch nichts. Das gefällt auch vielen Kunden. Überhaupt am Sonntag, da kommen viele Familien mit Kindern.
- I: Wie viele Mitarbeiter sind hier beschäftigt?  
180 B8: Ca. 30 Personen.
- I: Nur hier?  
185 B8: Mit den zwei Kaffeehäusern.
- I: Und die Mitarbeiter, sind die vor allem hier aus der Umgebung oder aus ganz Wien?  
190 B8: Aus ganz Wien. Einer ist sogar aus Wiener Neustadt.
- I: Und Lehrlinge, haben Sie welche?  
195 B8: Nein.
- I: Hatten Sie schon mal welche?  
B8: Nein.
- I: Und warum nicht?  
200 B8: Keine Ahnung. Mein Vater wollte das nie. Ich weiß, es wird zwar sehr gefördert und es ist auch nicht mehr so schwer – damals hat es ja viel Problem gegeben Lehrlinge zu kündigen, die haben ja quasi machen können, was sie wollen haben. Dann vielleicht in Zukunft. Damals wie ich angefangen habe, war es zu 80% Familienbetrieb. Und jetzt haben sich auch viele davon selbstständig gemacht. Jetzt sind auch viele andere hier, aber auch meistens von Bekannten.
- I: Ist das Lokal hier in Miete, oder wer ist der Hauseigentümer?  
210 B8: Der Hauseigentümer ist mein Vater.
- I: Dann noch ein paar Fragen zu Ihnen? Sie wohnen hier?  
B8: Ja.
- I: Möchten Sie auch hier wohnen bleiben?  
215 B8: Nein, aber das hat nichts mit der Gegend zu tun. Das ist aus privaten Gründen. Ich habe mich getrennt von meiner Parnterin und deswegen wohnen ich jetzt hier. Ich suche aber eine Wohnung.
- I: Aber würden Sie gerne hier im Brunnenviertel wohnen bleiben?  
220 B8: Eigentlich schon woanders. Ich bin im 6. aufgewachsen, dann habe ich in Schwechat gewohnt, also ich bin gewohnt ein bisschen weiter weg zu wohnen.
- I: Und zu Ihrer Ausbildung. Sind Sie gelernter Gastronom?  
225 B8: Ich habe drei Jahre eine Schule für wirtschaftliche Berufe gemacht und hätte weiter machen können. Aber dann hat mein Vater gesagt, ich soll hier anfangen. Aber ich hab hier auch ganz klein bekommen. Ich hab zuerst hinter der Schank gearbeitet und dann war ich Hilfskellner, dann hab ich schön langsam Bestellungen aufnehmen dürfen, auch in der Küche. Ich habe damals auch kein Türkisch können. Das hab ich erst mit der Zeit hier gelernt.
- 230

I: Sind Sie in Österreich geboren?

235 B8: Ja, ich bin in Österreich geboren. Mein Vater ist Türke, meine Mutter Österreicherin. Aber dadurch, dass man Vater viel gearbeitet hat, war er nicht viel zu Hause und dann hat er meistens auch nur deutsch gesprochen. Deswegen habe ich nicht türkisch können.

I: Ihr Vater, wann ist der nach Österreich gekommen?

240 B8: 1976 glaube ich. Zuerst hat er als Maurer gearbeitet, dann hat er bei Grundig begonnen.

I: Und wie alt sind Sie?

B8: 30 Jahre.

245

I: Wissen Sie auch, warum sich Ihr Vater selbstständig machen wollte oder warum er das Lokal gegründet hat?

B8: Das Lokal war Zufall, aber selbstständig wollte er schon immer sein. Er hat ja auch damals sich hoch verschuldet. Damals, wie er aufgesperrt hat, war das vorne der halbe Raum. Wo jetzt die Küche ist, war damals der Anker. Das waren acht, neun Tische. Da hat er Suppen und so Sandwiches verkauft. So hat er begonnen. Er hat auch nie gewusst, dass er einen großen Saal und einen Innenhof hat. Er hat das ja nur gemietet. Und dann wollte er draußen eine größere Reklame machen. Und die Hauseigentümerin wollte das nicht. Und dann hat er gemeint, "dann kauf ich das ganze Haus". Sie hat gesagt "Nein, das ist nicht zu verkaufen". Ein paar Monate später hat sie ihm gefragt, ob er es kaufen will. Und er "ja, er will". Obwohl er eh schon viele Schulden gehabt hatte. Und mit Ach und Krach hat er dann für das Haus einen Kredit bekommen. Und da hat er damals sehr viele Probleme auch gehabt. Und wo er dann das Haus gekauft hatte und den Schlüssel bekommen hat, 255 hat er dann gesehen, dass er einen großen Saal und Garten hat. Und da hat das dann eigentlich erst begonnen, dass er das macht. Aber vorne ist es damals auch schon gut gelaufen. Viele erzählen mit, "ich kenne deinen Vater noch von damals, wo nur da vorne der Raum war". Dann hat er begonnen mit dem Fußball, 24-Stunden offen. Damals waren wir ein Insider-Tipp, weil das war so das erste Lokal (?) spielen die Leute Karten und das war ein eigener Flair.

260 I: Und die anderen türkischen Lokale hier, die sind erst später gekommen?

B8: Hie und da kommen auch ältere Österreicher, die mir auch erzählen, weil es mich auch interessiert, wie es damals am Brunnenmarkt war. Österreichischer Wirtshäuser. Die haben damals auch am Sonntag nie offen gehabt, am Samstag nur bis Mittag. Wenn der Markt zugesperrt hat, haben die auch zugemacht. Sind von einem Wirtshaus zum anderen gegangen. Wir waren auch damals ein Wirtshaus. Und da an der Ecke, 265 wo unser Kaffeehaus ist, war damals auch ein Wirtshaus. Gegenüber von uns war ein österreichischer Fleischhauer, der hat jetzt auch schon zugesperrt. Die kleinen Geschäfte sperren halt leider immer mehr zu. Wegen die große, Billa usw. Das einzige, was schön ist, am Samstag gibts einen Bauernmarkt am Yppenplatz. Da gibts viele gute frische Sachen. Wo wir auch manchmal privat einkaufen. Durch die Ottakringer Straße ist ein eigener Flair, Brunnenmarkt. Thaliastraße ist (...) nicht wirklich gut. Was mir an der Thaliastraße nicht gefällt, ist, dass immer mehr so Kebapgeschäfte gibt. Kebap und Pizza. Das werden immer mehr. Es gibt in einem Häuserblock drei nebeneinander. Es hat sich schon viel 270 verändert. Durch den Yppenplatz vor allem. Es sperren auch immer mehr Lokale auf. Mir gefallen auch die Lokale. Jedes hat seinen eigenen Stil.

I: Also, die Veränderung nehmen Sie als positiv wahr?

275 B8: Ja. Das einzige was (...) – wie gesagt, die Hauszustellungen werden immer mehr. Die Leute gehen weniger essen, bestellen von zu Hause.

(...) (...)

B8: Was z.B. auch bei uns ist, in Österreich, jedes türkische Restaurant hat die gleichen Speisen. Kebap, Grillspezialitäten, Spieße, 280 Lammkotlete, gefüllte Melanzani usw. Aber in der Türkei gibt es so viele Speisen, so vielfältig. Eigentlich gibt es viel mehr. Aber jeder macht das gleiche.

(...) (...)

**Interview Unternehmer 9 (B9), Friseur, Ottakringerstraße – 1.10.2014, 45Min**

- I: Seit wann gibt es Ihr Geschäft?
- 5 B9: Seit 2007.
- I: Wissen Sie, was vorher in den Geschäft war?
- B9: Ein Friseur. Also, seit ich weiß, 2002 ist ein Friseur. Davor war Textilgeschäft.
- 10 I: Warum haben Sie diese Branche gewählt?
- B9: Also, ich bin geboren diese Beruf. Ich habe nicht einmal Schule angefangen wegen diese Beruf. Unten war ich auch Friseur. Ich komme von der Türkei, aus Antalya. Gelernt von Familie, von Vater, von Mutter. Dort habe ich gelernt. Seit ich 16 bin, bin ich in Österreich. Und erste Geschäft habe ich in Wiener Neustadt geöffnet, 2000. Dort haben wir drei Filialen gehabt. Und dann haben wir alles verkauft. Mit Partnerschaften ist schlecht gegangen. Und 2007 bin ich da rein.
- 15 I: Warum haben Sie hier die Ottakringer Straße als Standort gewählt?
- 20 B9: Nicht wegen Ottakringer Straße, wegen Auslage. Mir gefällt Auslage. Miete ist angenehm für mich. Aber dafür habe ich bezahlt.
- I: Ablöse?
- B9: Was sagt man bei uns (...) Luft. Wir haben Luft eingeschmissen. Aber insgesamt, wenn die Ottakringer reden, auf der Straße, manchmal hasse ich, wirklich. Wie die reden, was die gemacht. Was die machen. Also die Leute machen nur Wochenende saufen, Garderobe ist wichtig, der Look und schönes Auto, sonst nichts. Warum sind so? Keine Ahnung. Vielleicht von ärmer, jetzt Mittelstand. Vielleicht Schock (Lachen). Also ich arbeite 10 bis 20 Euro. Wie ich angefangen habe, 2008 war das, wegen Schutzgeld die sind zu mir gekommen. Ich weiß nicht wer, ich glaube Tschetschenen waren die. Die wollten Geld. Ich arbeite wegen meiner Kinder, wegen meiner Familie. Dafür habe ich drei Zähne gegeben. Also Polizei hat selbst gesagt, "nur Zeitung und Papier, sonst nicht. Von ihnen sind drei Zähne weg. Das sind Asyltyp, die gehen wieder raus von Österreich. Nach drei Wochen wieder da". Keine Ahnung, wo sind die jetzt.
- 30 I: Was sehen Sie sonst hier im Brunnenviertel für Vorteile oder Nachteile?
- B9: Also, Integration hier, schon gut. Ausländer wollen die Integration haben. Aber die können nicht schaffen, ich weiß nicht warum. Aber ich glaube Schuld ist bei den Österreichern. Die wollen nicht zunehmen, die wollen nicht rein nehmen. Einfach, die wollen nicht kennen. Wenn die wollen wirklich einen (?). Meine Meinung, ich rede über meine Land, nicht über andere Länder. Ok, wir sind, ich weiß nicht, wir sind so. Das kann man nicht ändern. Aber alle sind selbe. Aber bei uns ist wirklich was anderes. Beispiel, wo ich geboren, wo ich hergekommen bin, hab ich Schock bekommen. Was ich sehe. So viele Nationalitäten. Aber die können alle zusammen leben. Österreicher, irgendwie eine Mentalität, (?) wir können schon zusammen leben. Aber noch einmal, in Österreich, momentan, die letzten fünf Jahre, ich glaube es gibt keine guten Leute.
- 40 Beispiel. Ich arbeite, ich habe seit 2000 einen sauberen Namen. Eine Firma nur, einen sauberen Namen. Wo ich die anderen anschau, die zahlen auch ein, Versicherungen usw., seit zehn Jahren Geschäft gibt, immer einen anderen Namen. Zehnmal haben die Namen getauscht.
- I: Aber für Ihr Geschäft, sehen Sie hier in der Umgebung oder an diesem Standort auch Vorteile?
- 45 B9: Jetzt nicht mehr, früher schon.
- I: Was waren früher dann die Vorteile?
- B9: Wir haben genug Kundschaften, genug Kundschaften von den anderen Ländern gehabt, laufende Kundschaften. Nach dem Umbau, total, irgendwie fertig. Und haben wir soviel so Geschäfte. Als von den städtischen Gesetz, neben einen anderen Friseursalon, neben einem anderen Kaffeehaus. Ok, für Stadt ist gut, wegen Steuern. Da waren wir zwei Geschäfte. Und jetzt nur Ottakringer Straße haben wir sieben, acht Geschäfte. Das ist keine Leistung. Schwer.
- 50 I: Aber wir hat der Umbau Ihr Geschäft beeinflusst?
- 55 B9: Leute. Leute hat er vergessen. Eineinhalb Jahre.
- I: Also während der Umbauphase.
- B9: Genau. In dieser Zeit hat er wirklich vergessen auf die Ottakringer Straße. Nachdem wir haben gewusst, wird besser, aber leider. Wird immer schlimmer. Ok, insgesamt, kannst den Weg gehen. Aber ich weiß nicht, wie wollen die schaffen. Die wollen saubere Ottakringer Straße, ich glaube, schaffen die nicht. Die sagen schon, die größte Mafia von Ottakring weg, aber (...) schaffen es nicht. Es ist schwer.
- 60 I: Und was denken Sie könnte hier anders sein, damit es besser ist?
- 65 B9: Einfach einen (...) einkaufen kommen, Menschen kommen einkaufen. Irgendwie einen Namen da machen. Irgendeinen C&A, H&M, meine ich, was anderes. Einfach was anderes, Elektrogeschäfte. Kosmos z.B. Ok, gesamt in Österreich in Konkurs gegangen. Aber kann man noch einmal probieren. Braucht unbedingt ein Elektrogeschäft z.B. auf Ottakringer Straße. Braucht unbedingt einen H&M zum Beispiel. Kann gut werden. Leute müssen da hin wegen denen und die anderen sehen. Vielleicht wird das noch einmal.
- 70 I: Und wie würden Sie hier den Stadtteil charakterisieren?
- B9: (...) Mit den Drogen muss man Abstand. Sonst. Schwer. (...)
- 75 I: Leben Sie auch hier?
- B9: Nein, Gott sei Dank nicht.

- 80 I: Warum möchten Sie nicht hier leben?  
B9: Beton. Überall. Ich war in Niederösterreich. Darum sage ich, kriege ich keine Luft.  
I: Sie wohnen jetzt außerhalb Wiens?
- 85 B9: Ich wohne Grenze Schwechat. Wien, aber 11. Bezirk. Schon grüner.  
I: Seit Sie hier sind, hat sich hier was verändert?
- 90 B9: Die Straße halt. Sonst nicht. Ich glaube, die größten Köpfe wirklich weggegangen. Was ich weiß, was ich gehört habe. Sonst nichts. Die größte Mafia ist weg.  
I: Kann man sagen, wer das war?  
B9: Ich weiß selber nicht. Wir hören bloß Namen, aber ich weiß selber nicht, ob das stimmt. Alle reden bloß. Balkan. Ausländer sage ich.
- 95 I: Und was glauben Sie, ist Ihr Beitrag, mit Ihrem Geschäft hier, für den Stadtteil?  
B9: (...) Wie meinst?
- 100 I: Ja, sie sind Friseur. Aber glauben Sie, haben Sie noch andere Bedeutungen hier?  
B9: Ja, Treffpunkt kann ich sagen. Aber wo ich war in Niederösterreich, wenn ich dort bleiben würde, bin ich auch zufrieden. Also hier bin Selbstmord. Also, in Niederösterreich, oder außerhalb Wiens, die Leute ist noch sauber. Aber da in Wien, Ottakring (...) du musst immer Sicherheit sein, du musst immer überwachen. Wirklich.
- 105 I: Haben Sie schon mal irgendwas für den Stadtteil gemacht, dass Sie z.B. bei irgendwelchen Initiativen oder Festen mitgemacht haben?  
B9: Hab ich schon. Mit Reisen. Reisen Ottakring hat das geheißt. Mit denen habe ich gemacht. Haben wir Fest gehabt, wo die Leute, die Fremde, die nicht aus Österreich kommt, was die nicht kennt, Augenbrauen zupfen mit Feuer etc. zeigt. Das war schon cool, das war gut.
- 110 I: Sollte mehr geben. Aber die Reisen haben irgendwie aufgehört.  
I: Würden Sie bei so was wieder mitmachen?  
B9: Da wäre z.B. so ein Fest, Ottakringer Straßenfest. Das wäre schön, da würde ich mitmachen. Wenigstens einen Tag feiern. Das finde ich gut. Warum nicht.
- 115 I: Und kennen Sie die Gebietsbetreuung in der Habergasse?  
B9: Ich glaube, sie war einmal da, ich weiß es nicht. Schauen Sie, ich habe keine (?) mit Stadt wirklich. Bei Umbauzeit ist eine Förderung aufkommen wegen Miete und wegen Schaden, Kundenshaden. Wenn man unter, ich glaub 130.000 ist, kriegen die Hilfe wegen Miete und dann nachher ohne Zinsen zurück zahlen. Ich denke mir, warum sagen sie Förderung, wenn zurück zahlen? Sagen sie einfach Kredit ist. Dann habe ich mir gedacht, wenn ich Miete zahlen kann, ich brauchs nicht. Ich kriege jährlich sowieso nicht 30.000 selbst. Ok, gesamt kann sein. Aber wenn ich ausgeben anfangen, dann überbleiben (?). Aber wie gesagt habe, die letzten fünf Jahre, es ist wirklich schlimmer geworden. Auf der ganzen Welt, ok, aber Österreich ist noch schlimmer geworden. Meiner Meinung, sag ich nochmal, Stadt braucht keine gute Leute. Die wollen nur schlimme Sachen. Stadt ist schlimm. Menschen hat auch Hunger.
- 120 I: Aber wie merken Sie das von der Stadt? Gibt es da Sachen, die Ihre Geschäftstätigkeit hier hindern?  
B9: Naja, Wien meinen (...) war frei da. Danach habe ich gemerkt, Stadt, Polizei. Wir haben eine Stunde Polizei gewartet. Ich war im AKH, Polizei zu mir ins AKH gekommen. Die sind noch immer unterwegs.
- 125 I: Also, hier war eine Schlägerei.  
B9: Ja. Das ist schon viel, 45 Minuten. Die andere Leute noch immer unterwegs, die tun noch immer Schuss. Und ich tue noch immer Haare schneiden. Dann habe ich wirklich diese Banditen überwachen. Die sind so, wirklich. Wenn ich meine freien Tage habe, ich muss arbeiten. Aber den gehts gut. Der kriegt vom AMS. Die machen Pfusch. Ich erlebe (zeigt auf seine Friseurstühle), Diebe stehen da, Polizei steht da. Wie soll ich sagen, eine Drogenmafia steht da. Was soll ich machen? Für mich ist richtig, Haare schneiden und raus halten. Kann ich nicht dafür. Ich habe alle drei gesehen. Kannst du nicht machen. Du musst "psst" sein und arbeiten.
- 130 I: Und gibts von der Stadt her auch gewerberechtliche Hürden?  
B9: Jetzt nicht mehr, damals schon. Zu unserer Zeit schon, wo ich angefangen habe. Das ist normalerweise Handgewerbe, aber jetzt (...) Man versteht überhaupt nichts vom Friseur, z.B. Bundy. Ein österreichischer Unternehmer. Er ist Tischler. Jetzt ein österreichischer Friseurladen. Tischler (...) Wie? Bei uns gibts auch. Der hat eine Kaffeehaus oder Restaurant. Daneben macht er Friseursalon. Die leben schon gut. Ich weiß nicht wie. Und ich zahle für drei Personen, Versicherungen, etc. Ich zahle nur. Aber die anderen, was ich sehe, ohne Anmeldung, ohne nix. Aber die leben schon super. Wenn du sagst, ok, Gott sei Dank, bei mir passiert nicht. Nächsten Jahr die gibts gar nicht mehr. Verkaufen oder zu machen, das weiß ich auch schon. Aber trotzdem, von Stadt her, warum lässt sie das? Wenn man nicht versteht (...) Sag ich doch, wenn du Geld hast, du kannst Gewerbeschein kaufen. Von Stadt. (?) Zeitung ist er gestanden. Haben Sie es gehört? Vier Jahre war er hier, hat er sechs Millionen versteckt im Staat. Obermann. In ganzen Österreich hat er Gewerbeschein verkauft.
- 140 I: Ein paar Fragen zu Ihren Kunden. Wie würden Sie sie beschreiben?  
B9: Ja, Mittelschicht. Ausländer. Türken wenige. 10% bis 20% Türken, 30% von Österreich und 50% von Balkan, also von Kroatien, Serbien, Bosnien. Bei 50% was ich habe Kroatien, das sind tüchtige Leute. Normal arbeiten, Familie. Aber von Serbien (...) ok, das ist meine Kunden.
- 150

- 155 Von Österreich auch, normal tüchtig, arbeiten. Türken auch. Von 20%, 10% kann ich sagen (?), was ich kenne, was ich weiß. Aber von Serbien, haben wir wirklich Probleme. Bezahlung hier vom Balkan, wenn 10 € kriegst du 11€, Österreicher 12€. Nur meine Leute. Von 20% ist Null. Ich weiß nicht warum. Aber ist schon gut.
- I: Und haben Sie auch Stammkundschaft?
- 160 B9: Schon. Seit 2000 habe ich Stammgäste noch immer aus Wiener Neustadt. Die kommen noch immer da. Was ich gesagt habe, diese Türken, von dort meistens. Die sind nicht von Wien. Ich habe nicht von Wien geredet. Ok, die sind schon gekommen, aber (...) Ich muss denen Abstand lassen und zufrieden sein. Darum habe rausschmeißen.
- 165 I: Und Ihre Kunden, sind die hauptsächlich hier aus der Umgebung oder aus ganz Wien?
- B9: Ganz Wien. Und hier Umgebung habe ich auch. Nicht in Wien viel. Außerhalb Wien habe ich genug. Weiter von Wien, also von anderen Bezirken. Von den Nachbarschaften habe ich genug. Die Geschäfte hier. Es geht so. Das Leben geht weiter.
- 170 I: Und wie ist es hier mit den Geschäften in der Nachbarschaft. Kennen Sie sich, tauschen Sie sich aus?
- B9: Ich kenne, ich bin mit allen gut. Oben, der Herr Doktor, eine Frauenarzt, das sind unsere besten. Er ist wirklich nett. Das Kaffeehaus, oben das Café Styxx. Ja, mit denen habe ich kein Problem gehabt bis jetzt, Gott sei Dank. Wenn ich da Kunden finde, ich schicke dort hin. Schickt mir. Verbindung haben wir schon genug. Mit dem Kaffeehaus. So rennt das. Ein Friseur muss überall sein. Ist wurscht, was er für einen Beruf hat, was für einer ist. Aber meine Konzept ist, wenn ich eine Kunde habe, einen Stammgast, Besitzer Tankstelle, ich gehe dorthin hinein, extra wegen ihn. Also, man sagt bei uns, ein Sprichwort: "zwei Hände waschen Hände und vier Hände alle Gesicht". Also, wenn ich zu ihm komme, er kann zu mir kommen.
- 175 I: Und das funktioniert hier auch so?
- 180 B9: Schon, bei mir schon. Ich weiß nicht bei den anderen. Ich krieg fast jeden Tag zwei, drei Kunden vom Café Styxx zum Beispiel.
- I: Das Café Styxx, wissen Sie, wer das betreibt?
- 185 B9: Besitzer ist Bosnier-Kroate aber Geschäftsführer (...) ist auch Bosnier-Kroate. Wollen Sie mit dem Interview machen?
- I: Ja vielleicht. Es war bisher noch ein bisschen schwierig, Interviewpartner zu finden.
- B9: Ja, können Sie ruhig sagen von mir sind Sie. Er sagt sicher ja.
- 190 I: Danke. Und sind Sie auch formal vernetzt, sind Sie in Vereinen oder Ähnlichem?
- B9: (...) Pate von Kinder. Wir haben ein Kinderheim, Behindertenheim. Für mich einzige gut ist, jeden Monat ganze Gruppe gehen wir dort hin, tuen wir schneiden, mit denen spielen wir, haben wir Spaß. Am Sonntag oder wenn wir frei haben.
- 195 I: Wo ist das Kinderheim?
- B9: Hinten beim Styxx. Seitengasse.
- 200 I: Und das machen mehrere Geschäfte hier?
- B9: Ich weiß nicht. Betreuung sagt, "einziger was ich bis jetzt gesehen habe Friseur, sind Sie". Freiwillig, gegen Spenden Haare schneiden kommen. Seit über einem Jahr gehen wir dort hin. Wir machen gerne, wirklich. Waren Sie schon dort?
- 205 I: Nein.
- B9: Sie müssen. Sie müssen besuchen, wirklich. Diese behinderten Kinder müssen Sie sehen. Wie soll ich sagen, wie hellere Gesichter, wie hellere Augen! Das sind wirkliche eine Stars! Für uns, vom Menschen eine Stars. Hübsch, fleißig. Aber sie können nicht gehen, bewegen. Es ist schwer.
- 210 I: Und wie sind Sie dazu gekommen?
- B9: Ich habe einen Kunden gehabt von dort. Hin und her, wollen wir reden. Hat mich gefragt, "können Sie behinderte Kinder Haare schneiden?". Ja, warum nicht. Die waren schon da. Ich habe schon geschnitten ersten, zweiten, dritten (...) Ich habe mir gedacht, "warum kommen die da hier? Warum gehen wir nicht dort hin?". Was ich Mitarbeiter habe, das sind auch wirklich reine Typen. Ich habe mit denen geredet, können sie mir im Monat einen Sonntag rausschmeißen. Sagen die "warum?". "Naja", sag ich, "wegen den Kindern." Die sagen, "ja sicher, gemma dorthin, wo sind die?" Ich habe mit den Leuten ausgemacht. Also, so sind wir drauf gekommen. Seit dem, wenn nicht jeden Monat, jeden zweiten Monat gehen wir sicher. Also, einen Sonntag rausschmeißen. Und da gehen wir – mindestens 20, 25 Kinder haben wir – drei oder vier Personen, zack zack, zwei Stunden, drei Stunden, fertig sind wir. Das sind wir schon zufrieden.
- 220 I: Und noch mal zur Ihrem Geschäft. Richtet sich Ihr Angebot an eine bestimmte Kundengruppe?
- B9: Schauen Sie, für mich ist blöd, Pensionistentag, Studententag. Das ist ein Friseur, verstehen Sie. Jeder kann zahlen. Es ist eh nicht wie früher teurer. Früher war extrem teuer, aber jetzt ist (...) kriegst du überall sieben Euro, zehn Euro Haar schneiden. Zwei Packungen Zigaretten. Jedes Monat zehn Euro, das ist nichts. Wegen den, Abo heißt er, das wollt ich nicht machen. Ich habe genug Stammgäste. Wenn ich mit denen gut bin, wenn ich halten kann, bin schon drauss. Ich brauch nicht mehr, ich will nicht mehr.
- 225 I: Haben Sie bestimmte Vermarktungsstrategien oder machen Sie Werbung für Ihr Geschäft?
- 230 B9: Am Anfang schon. Mit dem Hochzeit habe ich gearbeitet. Mit unsere Hochzeit für unsere Leute. Danach habe ich, "brauche nicht." Mit dem türkischen Zettel habe ich gegeben. Vom Balkan TV, mit denen habe ich was gemacht. Danach nur Flyer, mit der Post, sonst nichts.

- I: Ist das hier Ihr einziges Geschäft?
- 235 B9: Einzige, ja.
- I: Wie viele Mitarbeiter haben Sie?
- B9: Drei.
- 240 I: Kommen die hier aus der Umgebung?
- B9: Zwei sind von da, einer vom 10.
- 245 I: Und wie kommen Sie zu Ihren Mitarbeitern?
- B9: Eh reden. Jeder hat ein Problem, selbstverständlich, aber da muss man ein bisschen locker bleiben. Wenn du immer zu greifen versuchst, kriegst du eh auf einmal Schaden. Immer reden. Wenn die was brauchen, helfen. Also, ich wollte nicht immer Mitarbeiter lassen. Wenn einer gut ist (...) Die nutzen mich, wenn ich offen bin. Bis jetzt haben immer mich genutzt. Aber was soll ich machen. Kann ich nichts dafür. Wollen mehr und mehr haben. Das kann ich nicht. Beibringen. Ja, was soll ich sagen. Aber wenn jedes Jahr oder jeden zweiten Monat Umtausch machst, ist scheiße für Friseurladen. Eine Woche kommt der, beim nächsten Mal ein anderen. Das ist scheiße.
- 250 I: Und haben Sie auch Lehrlinge?
- B9: Kann ich nicht, weil ich keine Meisterprüfung habe. Ich wollte eh nicht. Muss ich sechs Monate Abendschule. Wenn ich studieren muss, wieso habe ich Friseur gelernt. Diese Stunden von Schule, 17.00 bis 20.00 Uhr, dreimal in der Woche. Freitag ist schlimme Tag. Höchste Geschäft habe ich Freitag und diese Zeit, 17.00 bis 20.00 Uhr. Kunden sind da, kann ich nicht weg. Wenn ich einen Tag sage "ich geh Schule, bitte kommst nächsten Tag", einmal macht er schon, zweimal macht er schon, dritten sagt er "tut mir Leid, ich geh zu einem anderen". Darum habe ich nicht angefangen. Nur für die Lehrlingaufnahme, sonst brauche ich keine Meisterprüfung machen. Ich will kein Friseurdoktor werden.
- 260 I: Zu dem Haus noch. Sie sind hier in Miete?
- B9: Ja, eine Immobilienfirma OBV. Ich bin mit denen zufrieden. Miete habe ich niedrig für Ottakring. Daneben, dieses Schuhgeschäft, mit der kannst auch reden, er zahlt (?). Ich zahle warme Miete 1200 Euro.
- 265 I: Nur noch ein paar Fragen. Sind Sie in der Türkei geboren?
- B9: Ja. In Antalya.
- 270 I: Und wie alt sind Sie?
- B9: 34 Jahre.
- I: Haben Sie die österreichische Staatsbürgerschaft.
- 275 B9: Nein.
- I: Ist es dadurch rechtlich für Sie schwieriger?
- 280 B9: Nein. Bis jetzt habe ich keine Probleme gehabt. Ich habe unbefristete Visum.
- I: Dann waren das nun meine Fragen. Vielen Dank!

**Interview Unternehmer 10 (B10), Café/Club, Ottakringerstraße – 11.10.2014, 23Min**

- I: Du bist hier der Geschäftsführer?
- 5 B10: Genau so ist es.
- I: Seit wann gibt es das Lokal schon?
- 10 B10: Dieses Jahr im Mai haben wir siebenjähriges Jubiläum gefeiert.
- I: Weißt du was vorher hier war?
- B10: Das weiß ich nicht. Wie das Lokal ein Jahr in Betrieb war, also ab dem ersten Jahr bin ich dazu gestoßen.
- 15 I: Und warum hast du dich selbstständig machen wollen?
- B10: Selbstständig bin ich nicht. Ich bin halt Geschäftsführer hier. D.h. es gibt einen Lokalbesitzer, wir sind aber weder verwandt noch verschwägert.
- 20 I: Und hast du von der Ausbildung her etwas in der Gastronomie gemacht?
- B10: Nein, überhaupt nicht. Ich habe die Matura beendet. Und dann habe ich mehrere Jobs gehabt. Einzelhandel, Versicherungsmäßig oder wie auch immer. Und dann, rein zufällig, über meinem Cousin, der den Kaffee hier geliefert hat, sind wir dann in Kontakt gekommen. Und er hat gefragt, "hättest du nicht Lust bei mir zu arbeiten?" und ich frage "als was genau?". Und er sagt "im Lokal mitarbeiten, aber nicht kellnern".
- 25 Und so hat sich das ganze entwickelt.
- I: Und hier ist jetzt nur Kaffeehaus?
- B10: Ja, wir sind ein Tageslokal, das um 6.00 Uhr öffnet, bis 2.00 Uhr in der Früh. Unter der Woche, Radio tagsüber, am Abend Housemusik.
- 30 Und am Wochenende Freitag und Samstag haben wir ein bisschen einen höheren Betrieb, clubmäßig, mit Volksmusik aus dem jugoslawischen Bereich. Sonntags ganz gemütlich, Kaffeetag.
- I: Und weißt du, warum der Besitzer diesen Standort gewählt hat, also die Ottakringer Straße bzw. den Bezirk?
- 35 B10: Ja gut, die Ottakringer Straße an sich, wegen dem Image, wegen der Balkanszene. Hat sich auch weiter entwickelt die letzten Jahre. Aber was ich jetzt weiß, besteht das schon seit 15 Jahren, da haben sich ein paar Jugo-Lokale hier angesiedelt. Und auch was die Gäste betrifft, haben wir 70% Gäste aus dem Balkan. Der Rest ist dann gemischt, Türken, Österreicher.
- I: Kommen die dann aus ganz Wien?
- 40 B10: Hauptsächlich aus Wien. Am Wochenende gibts dann auch wieder Gäste, die kommen aus Linz. Dann gibts welche, die kommen aus Salzburg. Auch aus Deutschland haben wir auch öfters Gäste. Also ich glaube, wir haben uns auch einen guten Namen gesetzt in dieser Szene. Nicht nur national in Österreich, sondern auch international ein bisschen auch. Wir sind schon ein Begriff bei unseren Leuten.
- 45 I: Habt ihr dann auch viele Stammkunden?
- B10: Ja sowieso.
- I: Richtet sich euer Angebot an eine bestimmte Zielgruppe?
- 50 B10: Ja, mehr oder weniger. Es ist gemischt. Am Wochenende, ok, da ist natürlich ein jüngerer Publikum als jetzt tagsüber. Tagsüber haben wir viele Baustellenarbeiter, Geschäftsleute, Leute die aus der Umgebung kommen, aus allen möglichen Branchen. Gemischtes Publikum.
- I: Und was sehen Sie hier an diesem Standort für Vor- und Nachteile?
- 55 B10: Vorteil es ist eine Kurzparkzone. Es gibt jetzt vermehrt Parkplatz nach der Zeit des Umbaus der Ottakringer Straße. Wegen der Einschränkung der Parkplätze. Sie haben so 50 Parkplätze weggenommen auf der ganzen Straße. Auch dass es ein Ecklokal ist, dass wir einen großen Garten haben. Der Standort an sich ist ein guter Standort.
- 60 I: Und den Umbau, abgesehen von den Parkplätzen, siehst du den eher als positiv oder negativ?
- B10: Die Kurzparkzone ist positiv für uns. Der Umbau der Ottakringer Straße naja, sieht man ja tagtäglich was hier passiert. Ab 14.00 Uhr staut es dann schon auf der Straße, was früher nicht der Fall war.
- 65 I: Und wenn man hier in der Straße, im Viertel was ändern könnte, gäbe es da was?
- B10: Ja, man könnte eine Ampel davor setzen, einen Zebrastreifen. Die Leuten sausen hier einfach vorbei. Dann gibts irgendwelche Rowdies, die führen sich gerne auf, mit den Motorrädern, mit den Autos, wie auch immer. Also, man könnte eigentlich den Polizeieinsatz verstärken. Vor allem am Wochenende, Freitag, Samstag.
- 70 I: Und gibts auf Wien-Ebene besondere Möglichkeiten, die sich in Wien eröffnen oder auch besondere Schwierigkeiten?
- B10: Wie meinst du?
- 75 I: Also, wird man eher unterstützt oder eingeschränkt durch die Stadt?

B10: Also, ich glaube wir können uns froh und glücklich schätzen, dass wir in so einer Stadt wie Wien leben. Angefangen von der Müllabfuhr bis der Wasserzufuhr. Also, die Sachen, die wir hier haben, gibt glaube ich in keiner anderen Stadt. Da haben wir schon einen Lotto Sechser. Meiner Meinung nach, wie es die anderen sehen, weiß ich nicht. Also, ich bin selber hier geboren. Beide meine Eltern kommen aus Bosnien, kroatischer Abstammung. Aber ich sehe das als meine Heimat an und bin stolz, dass ich Wiener bin.

I: Wohnst du auch hier in der Gegend?

B10: Nein, ich wohne im 3. Bezirk.

I: Und würdest gerne hier wohnen?

B10: Nein. Es ist einfach Gewohnheitssache. Weil ich im 3. geboren und auch aufgewachsen bin. Ja, es ist mir zu lebendig hier. Ich verstehe auch die Anrainer am Wochenende, wenn es immer wieder Beschwerden gibt wegen zu viel Lärm auf der Straße, wie auch immer. Ich glaube, ich würde mich auch selber beschweren. Ist verständlich.

I: Habt ihr auch schon mal wo mitgemacht, bei Sachen, die hier so im Stadtteil passieren?

B10: Ja, es war letztes Mal, das Bezirksfest, Straßenfest. Da haben wir mitgemacht. Da haben wir vom Lokal zwei Stände gehabt. Einen Weinstand und einen Grillstand mit Käsekrainer, etc. Wir sind offen für alles. Wir möchte gerne mitmachen bei allen Events, die geboten werden. Nur leider wird wenig gemacht.

I: Und dass ihr selbst mit Ideen (...)

B10: Ja, wir sind immer dafür. Wir sind auch für eine Straßenbeleuchtung in der Weihnachtszeit für die Ottakringer Straße. Wir geben auch gerne einen Anteil von uns. Wir würden auch was dazu leisten, ist auch kein Problem. Wir haben auch mit den anderen Konkurrenten, wenn ich das so sagen darf, mit den anderen Lokalen gesprochen. Die wären auch alle dafür. Ist ja schön, wenn es beleuchtet ist.

I: Und tut sich da was?

B10: Ja, wer soll das machen?

I: Kennt ihr die Gebietsbetreuung?

B10: Ja, da haben wir eine Anfrage bekommen diesbezüglich. Vielleicht bin auch der erste, der das erwähnt, weiß ich nicht.

I: Aber habt ihr mit der Gebietsbetreuung zu tun?

B10: Wenig.

I: Und für das Lokal, gibt es da bestimmte Zukunftspläne?

B10: Wir warten jetzt eh alle auf die Entscheidung das Nichtrauchergesetz, ob das durchgeführt wird oder nicht. Ist eh klar. Letztendlich wenn es dann durchgeführt wird, dann werden wir auch einen Umbau durchführen, eine kompletten Umbau. Dann müssen wir uns dementsprechend auch anpassen. Nur bis dahin, weiter so, wie es jetzt ist. Also Nichtraucher und Raucher.

I: Aber so vom Angebot, das soll einfach in Zukunft auch so bleiben?

B10: Ja, ich sags dir ganz ehrlich. Wir haben das letztes Jahr renoviert. Da gabs früher einen komplett anderen Eingang. Und diese Luftschleuse haben wir jetzt auch ansetzen müssen aufgrund der zu lauten Lautstärke. Umbaumäßig haben wir jetzt noch nichts Weiteres geplant. Das steht noch offen, was da jetzt noch entschlossen wird wegen dem Nichtrauchergesetz.

I: Habt ihr bestimmte Vermarktungsstrategien oder dass ihr bestimmte Gruppen ansprechen wollt?

B10: Ja schon. Also über Facebook generell. Das ist die beste und billigste Reklame. Und vereinzelt machen wir Partys bei uns, mit Flyern und Poster und das ganze vorangekündigt. Aber das sind dann Partys im Ausmaß wie z.B. Jägermeisterparty, da gibts halt den Jägermeisterin Aktion. Das sind so Partys bei uns. Wobei die Jägermeisterparty die beliebteste ist (Lachen). Da kommen gerne viele.

I: Wie ist es mit den anderen Unternehmern hier in der Umgebung, habt ihr mit denen Kontakt?

B10: Ja, zahlreiche Leute. Gegenüber von uns, der Rajkovic, der mit Baumaterialien arbeitet, wenn wir da mal was brauchen, gehen wir zu ihm rüber. Den Druck, den wir machen auf den T-Shirts, machen wir beim Rado Sport. Das Saloon, das Restaurant da unten, da gehen wir essen. Dann drüben das Restaurant, wie heißt das, beim Sascha, Balkanika Grill, des Öfteren bestellen wir Essen bei denen und essen dann auch gemeinsam, wenn der Chef spendabel ist, was er auch ist.

I: Und seid ihr auch über Verein vernetzt?

B10: Nein, überhaupt nicht. Also es gibt immer wieder, die kommen daher und wollen ihre Plakate aufhängen bezüglich irgendwelcher Veranstaltungen oder Konzerte. Sei es jetzt - ich sag es jetzt auf deutsch - die Blaue Nacht. Das ist eine Gruppe und die holen sich dann bekannte Sänger aus Kroatien oder woher auch immer. Und weil die wissen, dass der Besitzer ein Kroat ist, fragen sie, ob sie hier Plakate aufhängen können, und ob es da ein Sponsoring gibt. Dass wir auch dann unsere eigene Reklame dort machen, so unterstützen wir uns gegenseitig. Das sind Vereine, Kulturvereine. Wir machen das Sponsoring nicht nur für kroatische Leute, sondern generell, serbische, seien es irgendwelche Events, Sportevents, alles.

I: Die dann hier im Bezirk sind?

B10: In Wien verteilt, nicht nur im 16.

- 155 I: Noch zum Lokal. Wie viele Mitarbeiter gibt es hier?  
 B10: Mitarbeiter haben wir zwölf.
- I: Habt ihr auch Küche oder nur Kaffee?
- 160 B10: Wir haben ein Frühstück, von 7.00 bis 12.00 Uhr.  
 I: Und Lehrlinge?  
 B10: Gibts keine. Lehrlinge haben wir keine.
- 165 I: Wäre das mal vorgesehen?  
 B10: In der Gastro ist das ein bisschen schwierig. Wir schauen ja auch hauptsächlich darauf, dass wir jemanden aufnehmen, der schon Erfahrung in diesem Gebiet hat. Aber wir sind auch nicht abgeneigt, dass wir sagen, ok wir nehmen jetzt jemanden nicht auf, der keine Erfahrung hat. Also, letztens, eh die Blonde da hinter dir, die ist jetzt ohne Erfahrung zu uns gestoßen. Da haben wir auch gesagt, ok, die ist uns sympathisch und der geben wir jetzt die Chance, dass sie sich zeigt.
- 170 I: Und wie kommt ihr dann zu den Mitarbeitern?  
 B10: Über AMS, übers Internet, selber kommen sie sich vorstellen.  
 I: Kommen die Mitarbeiter hauptsächlich hier aus dem Bezirk?  
 B10: Nein, ist unterschiedlich. Es gibt eine Mitarbeiterin, die kommt außerhalb von Wien.
- 180 I: Hat der Besitzer des Lokals noch andere Lokale?  
 B10: Das ist das einzige.
- 185 I: Noch ein paar Fragen zu dir und dem Besitzer: also, du bist in Bosnien geboren und der Besitzer ist aus Kroatien?  
 B10: Wir sind alle kroatischer Abstammung, aber auch aus Bosnien.  
 I: Und wie alt seid ihr?  
 B10: Ich werde jetzt 30. Er ist 43.
- 190 I: Vielleicht eine etwas schwierige Frage. Aber welchen Beitrag, glaubst du, leistet ihr hier für den Stadtteil?  
 B10: (...) Einfach ein Lokal, das sich auf lebendiger Straße befindet. Ich glaube auch ein schönes Lokal, das die ganze Straße mehr belebt. Wir bieten auch Arbeitsplätze für zahlreiche Leute. Ist ja auch ein Treffpunkt für Geschäftsleute, Freunde, wie auch immer. Verschiedene Gruppierungen, unsere Stammgäste, die tagtäglich die Zeit hier verbringen. Das ist so der Hauptteil.
- 200 I: Und noch zur Straße und zum Viertel. Hat sich da deiner Meinung nach in den letzten Jahren was verändert?  
 B10: Verändert? Ja, also die Straßengestaltung. Die Baustelle hat auch einiges dazu beigetragen, dass der Umsatz um einiges gedämpft wurde. Weil die Straße war komplett gesperrt, fast ein Jahr lang. Jetzt haben wir wieder ein Baustelle hinter dem Lokal, wegen der Straßensanierung, bis Ende Dezember. Das heißt, die komplette Einfahrt zu uns ist wieder mal gesperrt. Wir nehmen das in Kauf, weil es wird erneuert. Schöner und besser für uns, wenn die Straße saniert ist, als wenn sie jetzt so ist, wie vor einem Monat. Da musst du aufpassen, dass nicht hinfällt. Was von Vorteil wäre, irgendeinen Zebrastreifen machen. Und ein größerer Polizeieinsatz.
- 205 I: Und sonst, von den Geschäften, hat sich da was verändert?  
 B10: Ja, zahlreiche haben zugemacht. Der neben uns hat zugemacht, gegenüber von uns hat zugesperrt. Der Bipa ist dazu gekommen, die Apotheke ist dazu gekommen. Das Solarium hat zugemacht, aber es ist wieder ein neues Geschäft dort. Penny hat umgebaut. Die Wäscherei da drüben, die hätte zusperrern sollen, hat dann letztendlich doch weiter gemacht. Unten das eine Lokal hat auch zugesperrt. Dann dieser Kebapstand hat vor kurzem aufgemacht, aber auch wieder zugemacht. Also, es ist nicht für alle anscheinend doch Arbeit.
- 215 (...) (...)  
 B10: Ja, wir möchten auch mitarbeiten. Auch mit anderen Geschäften. Wir wären auch bei dieser Straßenbeleuchtung dabei. Für einen Punschstand, für halt generell dieses Feeling. Schade, dass es nicht durchgeführt wird. Und wir würden auch etwas dafür beisteuern. Es muss ja auch nicht sein, dass es von der Stadt alleine finanziert wird. Wir würden die Kosten ja selber übernehmen, mit allen auf der Straße. Da bin ich mir so ziemlich sicher. Wenn da alle mitmachen, und uns das selber finanzieren. Weil wenn man sich die anderen Straßen anschaut (...) warum nicht hier? Aber wird schon sein, dass es einen Grund hat. Ein Straßenfest wäre mal interessant. Ein Straßenfest, wo einmal die Straße zugesperrt wird. Was wir wiederum machen ist (...) Sportevents. Sei es jetzt Kroatien spielt gegen eine andere Mannschaft. Letztens bei der Weltmeisterschaft. Dann arbeiten wir hauptsächlich auch mit der örtlichen Polizei zusammen, damit es nicht zu Ausschreitungen kommt. Wir selber wollen das ja auch nicht. Denn wer hat das schon gerne, dass irgendwelche Jugendliche, die mit Feuerwerken auf die Autos werfen. Wir machen das selber. Nach dem Match gehen wir da raus. Haben wir sogar ein Lob bekommen letztens vom Inspektor. Der Chef persönlich, ich sogar und noch ein Mitarbeiter sind raus gegangen und haben die ganzen Bierdosen und was weiß ich eingesammelt, aufgekehrt. Alles. Halbe Stunde danach kommt dann die MA 48 mit der kompletten Straßenreinigungsgruppe, mit sieben Leuten und putzen alles. Hut ab. So organisiert ist das. Da kommen wir zu dem Punkt, wie alles gut organisiert ist.
- 225 (...) (...)
- 230

## Interview Mitarbeiterin Gebietsbetreuung 10. Bezirk (E1) – 16.9.2014, Dauer 1h 49Min

I: Wie lange arbeitest du schon hier?

5 E1: Ich bin jetzt insgesamt zehn Jahre hier, mit einem knappen Jahr Unterbrechung, Babypause.

I: Und was sind deine Tätigkeitsbereiche in der GB\*?

10 E1: Ich bin eigentlich immer im Bereich Grätzelmanagement tätig gewesen von Anfang an, zuerst im Triesterviertel, im Kretaviertel und jetzt die Quellenstraße seit ein paar Jahren. Blocksanierung war auch ein Thema und bei dieser Grätzelarbeit waren es immer Gemeinwesenthemen, Sanierung, Bewohnerinitiativen fördern und unterstützen. Ich bin von der Ausbildung her Soziologin, aber das ist bei uns sehr übergreifend mit den Arbeitsbereichen.

15 I: Nachdem du ja schon seit zehn Jahren da bist, hast du ja vermutlich schon einen guten Einblick in die Quellenstraße. Bezogen auf die Quellenstraße und die dortige Wirtschaftsstruktur, was hast du in diesen zehn Jahren für Veränderungen feststellen können?

20 E1: Wie ich hergekommen bin, war eigentlich dieser Umschwung, also dass die migrantischen Betriebe so stark die Szene dominieren, war schon voll im Gange. Wenn ich jetzt überlege, welche Geschäfte weggekommen sind, ist es gar nicht so, dass ich noch aktiv miterlebt hätte, wie die alteingesessenen Geschäfte noch da waren und dann weggegangen sind. Das waren wirklich eher Einzelfälle, für mich ist eigentlich das Bild von dieser Straße (...) hat sich schon verändert, aber dieser Umschwung war schon voll im Gange, der hatte sich schon in gewisser Weise fixiert, das war schon sehr türkisch dominiert und (...)

I: Und von den Branchen oder vom Branchenspektrum, konntest du da große Veränderungen feststellen?

25 E1: Da war auch die Spur schon gelegt, aber natürlich sind noch etliche Handyshops und etliche Kebaps dazu gekommen (...) ein traditionelles Gasthaus z.B. ist weggekommen. Also, die sind jetzt schon noch mal deutlich mehr worden. Und dann dieses Thema mit den Wettbüros. Aja, einen Schöps hat es noch gegeben am Anfang, wo jetzt ein Wettbüro und ein Friseur drinnen ist. Aber tendenziell, die Richtung war schon da und das hat sich in den letzten zehn Jahren noch mal verfestigt. Diese Take-Away's sind noch mehr dazugekommen. Und zum Teil - was ich so vor vier, fünf Jahren wahrgenommen habe - ist, dass die Geschäfte die da sind, die migrantischen Geschäfte mehr investieren und ein  
30 zeitgemäßeres und qualitativ hochwertigeres Straßenbild gebracht haben und die Geschäfte modernisiert haben. Da finde ich schon, dass mehr Qualität eingezogen ist, zumindest mit einigen Geschäften. Der Schick in den türkischen Lokalen ist eingezogen. Die ersten Kaffeehäuser, die es hier gab, waren noch so weiß ausgefließt, mit billigen Tischen drinnen, verraucht, also ziemlich eher lieblos, mit irgendwelchen Kunststoffvertäfelungen und noch so einem Bild mit Bergsee, sehr nüchterne Ausstattung. Da finde ich hat es eine totale, sichtbare Trendwende  
35 gegeben. Bis ins Klo hat man jetzt Gold und luxuriöse, schon im türkischen Stil, teure Ausstattung, zumindest in einigen Geschäften. Also ich finde schon, dass da ein neues Bild Einzug gehalten hat bei der türkischen Kaufmannschaft.

I: Und hast du das Gefühl, dass es viel Fluktuation gegeben hat, dass z.B. Geschäfte nur kurz hier waren...?

40 E1: Gibt es schon, aber eigentlich erstaunlich wenig. Ich finde es eher überraschend, dass so Geschäfte, wo man sich denkt "hmmm", oft lange Zeit durchhalten. Nach den Zahlen in der Studie bei den Neueröffnungen (Studie der GB10) habe ich mir dann schon wieder gedacht, dass diese auf eine große Fluktuation hindeuten, aber in meiner subjektiven Wahrnehmung sind es nicht so viele, sind Geschäfte doch schon mehrere Jahre da, wo man sich gefragt hat, ob die durchhalten.

45 I: Und in eurer Studie steht ja auch, dass es relativ wenig Leerstand hier gibt...war das schon immer so bzw. zu dem Zeitpunkt, wo du angefangen hast?

50 E1: Also, so echten Leerstand nicht. Es hat ein paar Ecken gegeben, die problematisch waren und nicht funktioniert haben. Die stagniert haben. Es fällt mir ziemlich schwer. Ich glaub eher nicht. Ich glaube, dass auf der Quellenstraße schon immer wenig Leerstand war, also wo verfügbare Lokale ausgeschrieben sind. Das war eher ein gängiges Klischee, das man hat. Oder da sind z.B. Künstler gekommen, die gesagt haben, sie würden gerne was in der Quellenstraße machen, also so mobile Installationen, die uns in Kenntnis gesetzt haben, dass es in der  
55 Quellenstraße eigentlich nur zwei, wenig bedeutende Souterrainlokale zum Haben gewesen wären. Das war dann so ein Aha-Erlebnis. Die Annahmen, die man für die Triesterstraße oder Knöllgasse hatte, wo wirklich ein Geschäft nach dem anderen zugesperrt hat und die ewig leer gestanden sind und dann Wohnungen reingekommen sind, das haben wir dann quasi als Thema über ganz Favoriten gelegt und das hat, glaub ich, für die Quellenstraße nie ganz gestimmt. Weil es einfach schon eine stark frequentierte Straße ist. Sobald man in die Nebenlagen kommt, ist es natürlich anders. Aber die Frequenz ist schon da und das verstehen die Geschäftsleute schon, es bleibt dann einfach nicht lange leer. Und ich finde entsprechend hoch sind auch die Mietpreise. Wie da vorne in dem Stück bei der Favoritenstraße war jetzt längere Zeit ein Geschäft zu vergeben, das war wahnsinnig teuer, da muss man erst einmal die Umsätze machen.

I: Sind das eher Immobilienunternehmen, die die Häuser besitzen oder private Hauseigentümer?

60 E1: Es sind großteils private Hauseigentümer, die Geschäftslokale sind Eigentum vom Haus. Es ist eher selten, dass das Erdgeschoss im Eigentum des Geschäftes ist, also es ist in Miete.

65 I: Ganz allgemein. Was würdest du sagen, welche Funktionen die migrantischen Kaufleute für den Stadtteil übernehmen, in wirtschaftlicher und sozialer Hinsicht oder was sie für die Lebensqualität hier im Stadtteil beitragen?

70 E1: Ich glaube schon, dass sie einfach einmal für die Menschen die hier wohnen wichtige Nahversorger sind. Nahversorgung, aber schon darüber hinaus. Also es geht jetzt nicht nur um Lebensmittelkauf, sondern so von Alltagsbedarf bis hin zu Einrichtungshäusern findet man eigentlich ziemlich viel in der Quellenstraße, wenn man so quasi diese Art von Geschäften aufsucht. Die Teppiche halt für türkische Wohnung und die Haushaltswaren für die türkische Familie. Aber ich glaub schon, dass das einen gewissen Konsumanteil der Bevölkerung hier  
75 punktgenau abdeckt. Und darüber hinaus belebt es schon die Straße und gibt dir das Gefühl - also schon alleine die Tatsache, dass die Geschäfte hier da sind, machen die Straße lebendig, auch wenn ich jetzt in diesen Geschäften wenig einkaufe, ist eine Szenerie hier, bringt ein Leben her und wirkt offen. Von den Geschäften her selbst, denke ich, dass Kleinunternehmer schon noch eine andere Rolle für das Nachbarschaftsleben bringen. Wenn die halt irgendwie vor ihrem Geschäft auch noch was machen, irgendwas bewirken, es gibt persönliche Kontakte untereinander oder zu den Leuten, die da wohnen. Eine Szene: es gibt einen Handyshop, in den ein türkischer Bauarbeiter, der nicht so gut deutsch gesprochen hat hinein ist mit einem Schreiben von der Gebietskrankenkasse und hat den jungen Türken vom Handyshop, der meiner Meinung nach viel besser deutsch gesprochen hat, gefragt, ob der ihm das übersetzen kann. Ich weiß nicht, ob sich die vorher gekannt

haben. Ich glaub das war einfach so, dass er das Gefühl hatte, da kann er rein gehen, da hab ich ein Problem und der andere hilft ihm. Ich hab es dann auch versucht ihnen das Schreiben auszudeutschen, aber hab es auch nicht geschafft. Hochgestochenes Beamtendeutsch. Ich denke schon, dass Gewerbetreibende - also z.B. türkische Gewerbetreibende hier - auch wenn sie nicht hier wohnen, schon Netzwerke aufbauen, vernetzt sind und schon auch eine nachbarschaftliche Funktion übernehmen. Und, was mir momentan noch nicht so gelungen ist, ich glaube es gibt schon auch so Interessen, wo man diese Leute auf der gemeinsamen Basis zusammen bringen könnte. Es ist leider noch nicht so weit, aber es wäre ein Ziel unserer Arbeit, dass man schaut, dass sie ihre Interessen als Kaufmannschaft gemeinsam in Angriff nehmen. Dann gibts halt immer ein paar eins zu eins, Austausch oder irgendwie Vernetzung, aber nicht unbedingt was Offizielles, Übergreifendes. Und das ist - eh wie immer - sehr schwer, dass man das initiiert.

I: Da hat es doch schon einmal ein Vernetzungstreffen in der GB\* gegeben?

E1: Ja, das war so ein bisschen die ernüchternde Erkenntnis. Da waren so knapp zehn Leute da und im Endeffekt dort, wo wir wirklich persönlich hingegangen sind und auch das Feedback gut war - da haben etliche gesagt, ja wir kommen - und die waren halt dann nicht da. Und dann hatten wir noch ein zweites, den Mittagstisch, und da haben wir auch Kaufleute eingeladen - die haben wir dieses Mal per Mail und SMS eingeladen - und da sind eigentlich nur die drei gekommen, die wir persönlich eingeladen haben. Da war ein Österreicher und zwei Türken.

I: Und seit diesem Treffen?

E1: Jetzt war praktisch das Sommerloch und es war dann auch für uns ein bisschen schwierig weiter zu tun, weil wir eigentlich in dieser kleinen Gruppe nicht wirklich einen Auftrag bekommen haben. Die Themen, die bei dieser Veranstaltung gekommen sind, waren in erster Linie das Thema Parkplatz und Verkehr, ein Thema, welches wir versucht haben, an den Bezirk weiterzuleiten. Der hat sich nicht bereit erklärt, dass er das Thema aufnimmt. Da wäre es darum gegangen, dass man ein Treffen organisiert. Mit so einem konkreten Thema, das war unser Versuch. Da bringt man die Leute her, wenn es wirklich so ein konkretes Thema ist, das ihnen unter den Nägeln brennt. Und das Thema Fest (...) Da gibt es immer wieder den Wunsch, es wäre schön ein Quellenstraße-Fest zu machen, aber da bin ich noch am Überlegen, wie man das schafft. Ob man so quasi mit ein paar wenigen Leuten einmal einen kleinen Abschnitt macht und hofft, dass sich das dann so schnellballmäßig ausbreitet. Aber wir haben eigentlich gesagt, wir als Gebietsbetreuung setzen denen nicht einfach ein Fest hin. Da muss sich schon eine Gruppe formieren, die dann sagt, "wir machen ein Fest" und wir unterstützen das dann. Und da muss man zuerst einmal die Gruppe zusammenbringen. Das ist aber trotzdem ein Thema. Und das dritte Thema, um das es bei den Vernetzungstreffen gegangen ist, war schon dieses Inländer-Ausländer Thema. Es waren vor allem viele migrantische Leute da, die schon ein sehr deutliches Bekenntnis abgegeben haben, dass sie eigentlich auch für die Österreicher da sein wollen und diese Barriere beklagt haben. Das ist ein Thema - also dieses Selbstbild Fremdbild und diese Barrieren in Köpfe abbauen - mit dem wir versuchen jetzt stärker zu arbeiten. Projekte diesbezüglich haben sich in den Herbst hinein verschoben, weil die Kooperationspartnerin jetzt in Bildungskarenz ist. Aber da versuchen jetzt mit Schülern und Lehrlingen vom Space Lab ein Öffentlichkeitsarbeit-Projekt, ein Medienprojekt zu machen. Das ist noch ganz offen, nächste Woche gibt es das erste Arbeitstreffen. Und da versuchen wir, über Mittel die wir bedienen können mit dem Thema weiterzuarbeiten. Weil eh verständlich, die Kaufleute sind weniger bereit dazu, sich am Abend noch wohin zu setzen. Also, Künstlerinnen oder so sind eine andere Gruppe mit der man derartige Initiativen organisieren kann.

I: Und generell, hast du das Gefühl, es gibt die Bereitschaft der Kaufleute sich zu engagieren?

E1: Ja, es war z.B. der Bernhard Maier vom Gebietsbetreuungs koordinations team da, der ein alter Hase mit Geschäftsstraßen ist. Der meinte, "wow, acht oder neun Leute sind eh super". Ich war eigentlich ein bisschen enttäuscht, weil ich bei der Tour ganz ein anderes Feedback wahrgenommen habe und mir gedacht habe, da kommen sicher 20 Leute oder so. Und vor allem auch die Leute, die ich schon gekannt habe, wo es schon Kontakte gegeben hat, die sind auch weggebrochen. Ich hatte mir gedacht, die Leute, die ich schon kenne, die bringen auch schon die Themen mit. Da hatte ich schon die Hoffnung, dass wir sehr straight forward zu dem Thema "gemeinsames Fest" gehen, weil die eh so sind, die das immer einfordern. Aber die waren dann nicht da.

I: Und abgesehen von dem (...) du hast mir ja bei der Liste mit den Kontakten zu den Kaufleuten auch schon ein paar Infos über kleinere Initiativen geschrieben, die von den Kaufleuten ausgegangen sind.

E1: Das war ein überraschender Erfolg. Dass die migrantischen Geschäfte auf dieses "Garteln ums Eck" aufgesprungen sind.

I: Ah, das war direkt im Rahmen von "Garteln ums Eck"?

E1: Das war schon ein Jahr vorher. Da gabs die erste Initiative und dann ist es als Wien weites GB-Projekt im Frühling wieder initiiert worden mit entsprechender PR-Schiene, mit gemeinsamen Flyern, Infomaterial. Und es ist jetzt mit der MA 42 ein Vertrag ausgehandelt worden, so quasi eine Erwartungsübergabe, dass die Flächen sauber und gepflegt sind und wenn man sie nicht mehr weiter pflegt, brach liegen lässt übernimmt sie wieder die MA 42. Und da sind wir heuer im Frühling noch mal in die Offensive gegangen und jetzt gibt es wirklich schon relativ viele. Ich würde sagen, mehr als die Hälfte wird von Kaufleuten gemacht. Heuer sind auch mehr Bewohner dazu gekommen, aber letztes Jahr waren es vor allem die Kaufleute. Und ich hab wenig damit gerechnet, dass das z.B. Türken gerne machen. Hätte ich nicht so als Gartler eingeschätzt. Aber dieses Sauber-Halten vorm Geschäft, kehren, Sessel raus stellen, das passt schon zu ihnen, auch zu ihrer Wirkung ins Umfeld. Ich erleb das schon, dass da sehr viel auf der Straße auch passiert. Was halt viele Leute stört, dass dann immer vor dem Geschäft Leute stehen und sich miteinander unterhalten, die irgendwie dazugehören. So diese Geschäftsmännerkultur.

I: Ist wahrscheinlich schwierig zu sagen, aber wie glaubst du könnte man diese Bereitschaft bzw. dass wirklich was umgesetzt wird, noch erhöhen, verstärken?

E1: Unsere Überlegung war eben, dass es Themen und Inhalte braucht, mit denen man zu den Geschäften geht. Dass die sagen, "ja, das wollen wir". Wir als Gebietsbetreuung sind ja jetzt nicht die Institution - oder man muss aufpassen, dass man nicht zu so einer Institution wird - die dann die Veranstaltungen organisiert, also Nachbarschaftsfeste oder wirkliche Kulturprojekte. Da versuchen wir, uns ein bisschen zurück zu nehmen und uns wir eher auf die Rolle begeben, dass wir Leute, die was machen wollen unterstützen, dass sie das machen. Ihnen das Forum bietet, die Öffentlichkeitsarbeit unterstützt. Die Idee ist (...) also einerseits z.B. dass man die Space Lab Leute fragt, ob sie ein Projekt auf der Straße machen wollen. Also nicht wir gehen herum, machen einen Kalender, machen einen Quellenstraße Kalender. Das wäre halt ein Vorschlag, dass man sagt - wir haben das Treffen nächste Woche, ich wollte jetzt nichts vordeklinieren - dass man fragt, ob sie Interessen haben einen Film zu drehen, irgendeinen Shop Test machen, einen Bereich für OKTO. Wäre schön, wenn man da wieder so Medien rein bekommt. Das ist halt die eine Schiene, dass man versucht, Gruppen dafür zu gewinnen, dass die in der Quellenstraße was machen. Es gibt auch ein KünstlerInnen Netzwerk, das ich auch schon im Kopf habe. Aber jetzt haben wir uns erst mal gedacht, diese Jugendlichen aus dem Space Lab oder aus einer B-HAK, die auch immer wieder so Projekte machen. Ich denk, da passiert schon was, wenn man eine Gruppe

155 Jugendliche durch die Geschäfte schickt und die wollen ein Reportage oder ähnliche Sachen machen. Dann aktiviert das. Ich glaube, dann machen die Leute auch mit.

I: Also, diese Projekte mit den Jugendlichen sollen dann im Zusammenhang mit den Kaufleuten stehen.

160 E1: Genau, eh. Es ist gezielt auf die Kaufleute ausgerichtet. Man muss halt schauen, was da entsteht und was da für Themen kommen. Das ist halt ein Versuch, dass nicht wir ein Projekt über die Quellenstraße legen. Wahrscheinlich gehts schneller - wir kennen ja schon viel - wenn wir jetzt sagen, wir machen jetzt einen netten Kalender, wo zwölf Geschäfte oder so portraitiert sind oder so.

I: Aber es wird wahrscheinlich anders angenommen, wenn was von den Jugendlichen kommt.

165

E1: Wie ich diese Einladungstour durch die Geschäfte gemacht habe, da war ich und einer der aus dem Fair-Play Team ist mit türkischer Herkunft. Wir waren zu zweit, damit es keine sprachlichen Barrieren gibt, er sie auf Türkisch ansprechen kann. Und das hat schon was anderes gemacht als wenn wir, wir sind leider lauter Österreicher, in die Geschäfte rein gehen. Wo ich aber immer noch das Gefühl gehabt habe, wo ich keinen Zugang gefunden habe, das waren diese Modegeschäfte, die glaub ich, wirklich speziell für türkische oder migrantische Jugendliche diese coolen (...) also so cool drinnen stehen. Die interessiert das nicht, wenn ich frage, wollen wir ein Straßenfest machen oder wenn ich so was anspreche. Das ist halt eine formale Institution für sie, in der sie Leute sehen die in einer anderen Generation und in anderen Strukturen funktionieren, als die, die sie kennen. Und ich denke, das macht einen Unterschied, wenn jetzt türkische oder migrantische Jugendliche in die Friseurgeschäfte rein gehen und ein Kultur-, Kunst- oder Medienprojekt mit ihnen machen wollen. Das soll dann so ein bisschen Türöffner sein für unsere Arbeit, vielleicht wird das hier dann ausgestellt, dann bringen wir sie vielleicht hier her. Man muss sich da schon bewusst sein, dass man in einer bestimmten Rolle wahrgenommen wird. Wir sprechen nach wie vor - obwohl wir schon seit Jahren sagen, wir möchten das ändern - sprechen wir mit dem ganzen institutionellen Rahmen nicht die Migranten draußen auf der Straße an. Es kommen dann die interessierten Pensionisten oder die interessierten Studenten nach wie vor eher als die Migranten her. Noch eine andere Idee war, dass man auch einmal auf kleinem Raum versucht im öffentlichen Raum was zu machen. Da hat es ganz konkret da vorne, wo das Arnes ist (...) das ist eine Blocklänge, da ist eine irrsinnig hohe Frequenz, da ist die Haltestelle der 6er, der meinte, er möchte einen Gastgarten vor seinem Eisgeschäft. Es ist eh eng, er darf da nichts aufstellen, jetzt hat er halt so ein kleines Tischlerl. Aber die Überlegung war, ob man da vielleicht eine auffällige Stadtmöblierung hin schafft einmal für diesen Abschnitt und das so ein bisschen medial begleitet und so als Vorzeigeprojekt herzeigt. Und schaut, ob das auch weiter wachsen kann. Das muss man eh jetzt in Angriff nehmen, damit man das nächsten Frühling machen kann.

185 I: Noch mal zurück zur Struktur. Wie würdest du die Vielfalt hinsichtlich Branchenstruktur, den angebotenen Produkten und Dienstleistungen, der migrantischen Kaufleute etc. beurteilen?

E1: Wenn man sich die Verteilung nach den klassischen Branchen so anschaut, könnte man sagen, ja, sie ist es relativ bunt und gemischt. Es ist eher dann in sich nicht sehr bunt. Die Gastroszene wächst ja, aber es ist eigentlich immer nur ein weiterer Kebabstand oder etwas Take-Away mäßiges. Also, dass man jetzt irgendwie groß damit bewerben könnte, die neue Gastro Quellenstraße (...) das ist eher armselig. Und die Handy-, Elektronikschiene ist sehr dominant. Auch gibt es viele Juweliere, nicht unähnlich wie in der Brunnengasse. Es gibt auch viele Juweliere, die hier und dort eine Filiale haben. Mir ist das aufgefallen, als ich mal dort war, hab ich ein paar Namen wieder erkannt. Und da hat auch einer zugesperrt, also ich glaub, dass das ziemlich - behaupten halt die - ein schwieriger Markt, ein schwieriges Geschäft ist. Kann ich nicht beurteilen, ich kenn die Juwelierszene nicht gut (Lachen) Und es gibt auch eine Modeszene. Da wundert man sich auch, dass die hier so existieren. Es ist schon in relativ weit entfernten Lagen von der Favoritenstraße. Z.B. hier vis-a-vis gibts einen Shop, dann gibts in Richtung Gellertplatz dieses Gül-Imperium, der glaub ich auch auf der Favoritenstraße ein Geschäft aufmacht. Es sind jetzt nicht die Vertreter einer Modeszene da, die man als gängig gute Mischung oder so bezeichnen würde, wie etwa die in einer Shoppingmall drinnen sind. Aber ich habe schon den Eindruck, dass sich auch so Ketten etablieren, die sich von den klassischen Ramschgeschäften absetzen. Sicher noch in dem Stil und Modebewusstsein, dass jetzt nicht unbedingt abwertend sein soll. Da gibts noch so ein Taschengeschäft, wo früher der McDonalds früher war, auf der Favoritenstraße, da fällt mir das jetzt auf, wo man das Gefühl hat, da kommen jetzt auch so Ketten aus anderen Teilen der Welt, die ein bisschen stylischer sind, mehr Qualität haben. Und in den Nebenstraßen findet man dann diese Modegeschäfte für die Kopftuch bedeckten Leute, das ist eine eigene Sparte. Und mit diesen Brautkleidern. Da ist mir auch aufgefallen, dass Frauen oft die Geschäftsführerinnen sind, auch mit diesen langen Mänteln dastehen und Kopftuch und die Verkäuferinnen auch. Und Stoffgeschäft gibts auch. Die decken also mittlerweile schon eine große Community ab und haben da schon die tollsten Roben, Brautmoden, eine große Auswahl Kopftücher.

205

I: Das bringt mich zu meiner nächsten Frage, nämlich zur Kundenstruktur und ob bestimmte Zielgruppen von den Geschäften hier mehr angesprochen werden?

E1: Ich glaub, dass es nach wie vor so ist, dass es viele Geschäfte gibt, in die nur türkische Leute hinein gehen. Selbst wenn die was anbieten, wie Handys, was alle brauchen. Also, ich hab damals meinen Handyvertrag da drüben abgeschlossen und hab dann ganz viele Geschenke bekommen, das war so quasi (...) und die wollen schon auch natürlich österreichische Kunden haben, das sind ja Geschäftsleute, das ist nicht so, dass sie sich verschließen. Aber sie beobachten halt auch, abgesehen von richtigen Anfeindungen, eben gerade dieses Klischee Handyshop und Türke, wo mir zwei drei Leute schon erzählt haben, dass sie das schon belastet, dass sie mit ihrem Geschäft oft Rassismus erleben. Nur alleine durch ihre Existenz da. Und sie wollen ja schon auch, dass die Leute bei ihnen einkaufen und können dann nicht zurück meckern.

215

I: Gibt es dann auch Versuche, durch die Präsentation, das Angebot, etc. auch mehr Österreicher anzusprechen?

E1: Ich wüsste jetzt nicht von bewussten Aktionen, die das richtig drauf schreiben. Aber die Geschäfte, also das äußere Erscheinungsbild der Geschäfte zu verändern, ist glaub ich schon oftmals ein erster wichtiger Schritt. Der Döner 'ci hat z.B. groß umgebaut und war der erste Verdrängungseffekt von einem Sportwettenlokal. Der hat groß umgebaut und es ist ein Sportwettenlokal weggekommen. Der hat einen Kebabladen und vis-a-vis einen Eissalon. Da sind Geschäfte, da gehen natürlich Österreicher schon hin. Er sagt, er hat ziemlich viele Kunden, das ist nicht sein Problem. Und er hat - aber das richtet sich eigentlich nicht an die Österreicher - er behauptet, er hat den einzigen Halal-Leberkäse in Wien. Er sagt eben, den kaufen nur die Türken. Er hat ihn sicher auf für die Türken gemacht. Woraufhin der von der Fahrschule gesagt hat, "ja, die Frage ist immer, wenn einer einen Halal-Leberkäse kauft, wie kommt es dazu? Einmal muss er gesündigt haben, sonst hätte er quasi das Bedürfnis nicht". Er hat jeden Fall gemeint, das ist der große Renner, aber die Österreicher kaufen eh einfach das Kebab bei ihm. Aber das ist dann praktisch umgekehrt: er hat was Österreichisches türkengerecht gemacht. Generell finde ich, dass er, hat schon den Eindruck vermittelt, dass er Leute in sein Geschäft bekommt. Der hat auch ein Händchen dafür.

225

I: Bezüglich der Zielgruppen gibts dann also wahrscheinlich auch Unterschiede je nach Branche.

230

E1: Wo sich auch die Stimmung so ein bisschen verändert, ist bei den Friseuren, wo - glaube ich - einfach viele Österreicher in die türkischen Läden gehen, weil sie so günstig sind und weil sie auch gute Friseure sind. Oder Nagelstudios, Solarien, da sind sie einfach auch, mit ihrer Dumpingschiene brechen sie das Eis. Und diese Billigshops...es gibt z.B. den Atzler mitten drinnen ganz groß. Und dann gibts etliche Haushaltswaren-Billigshops rundherum, wo man ähnliche Sachen kaufen kann, Geschirr und so. Ich glaube, da gehen auch bestimmte Österreicher hin, die nicht viel Geld haben. Da gehen halt die einen eher zu diesen Ramschgeschäften und die alten, datrigen PensionistInnen, die wegen jeden Schrauberl fragen wollen, gehen halt eher zum Atzler, die diese Kundenbetreuung wollen. Der Atzler ist ein alt eingesessenes Haushaltswaren-, Eisenhandelsgeschäft. Ich gehe total oft hin. Wir waren bei unserer Tour, bei der Thementour Handel im Wandel, waren wir bei zwei türkischen Geschäften und dann zum Schluss beim Atzler. Der hat schon gesagt, dass er auch viele migrantische Kunden hat. Also auch umgekehrt. Das hat sich glaub ich aufeinander abgestimmt. Wegen bestimmten Sachen geht man halt zu diesen Haushaltswaren-Billigshops und dann gibts auch welche von den migrantischen Leuten, die, wenn sie mehr Beratung oder so brauchen oder Werkzeug, zum Atzler gehen.

I: Und vom Einzugsgebiet, konzentriert sich das eher auf die lokale Umgebung?

E1: Da gibts keinen genauen Studien oder Zahlen dazu. Bis auf die Wirtschaftskammer, die analysiert das immer wieder für die Einkaufsstraßen, wie für die Favoritenstraße. Da kann ich mich erinnern - das war schon vor ca. sechs oder sieben Jahren - da wurde in einer Studie festgehalten, dass die Leute hier weniger Kaufkraft haben, aber die wenige Kaufkraft eher vor Ort gelassen wird. Sehr stark auch auf die Favoritenstraße bezogen, viele Leute aus der Umgebung die Einkaufsstraße nutzen. Das gilt sicher für die Quellenstraße noch viel stärker. Es gibt ganz wenige Sondershops, wo die Leute von überall herkommen. Es gibt schon ein paar: Modelleisenbahn, Hydrokultur, Tauchshops. Die mit den Schmuckgeschäften haben das auch behauptet, zwei zumindest, dass sie Kunden von auswärts haben und deswegen auch Parkplätze brauchen dafür. Die sehen sich jetzt nicht so, dass sie Laufkundschaft aus der nächsten Umgebung haben. Schmuck kaufen ist jetzt nicht mein Feld, da kenn ich mich nicht aus. Ich glaub auch, wenn die was Teures verkaufen, dann wollen das die Leute mit dem Auto abholen und nicht mit dem Schmuck in die U-Bahn einsteigen und wohin fahren. Das wäre für mich spannend. Und auch Friseure. Ich glaube, da gibt es schon auch so Szenefriseure, zu denen die Leute auch von weiter weg kommen, die dann immer zu dem Friseur gehen. Zum Teil gibts das. Bei den Brautmoden kann ich mir auch vorstellen, wenn man in Wien lebt und heiraten will, dass man entweder in die Neulerchenfelderstraße geht oder hierher kommt, weil da hat man halt sechs Geschäfte nebeneinander. Also, es gibt schon Sparten, wo ich mir vorstellen kann, dass die Leute auch von anderen Teilen Wiens kommen.

I: Und, welche Reaktionen gibts seitens der Wohnbevölkerung - ihr bekommt das wahrscheinlich schon mit - bezüglich der hohen Konzentration migrantischer Kaufleute?

E1: Es wird schon von sehr vielen als Niedergang wahrgenommen. Ich finde diese krassen Aussagen so markant, die hab ich sicher vier oder fünf mal gehört, so "da ist ja nichts mehr!", "was wollen sie den machen, da ist ja nix mehr" z.B. bezogen auch ein Nachbarschaftsfest, und zeigen in die Straße rein und die ist knall voll. Oder auf der Favoritenstraße: "nah, schauen Sie sich das an was aus der Favoritenstraße geworden ist. Was da früher war.." und zählen dann die alten tollen Geschäfte wie die Gazelle oder so auf. Und dann zeigt man in eine Straße rein, die einfach bummvoll ist, wo ein Geschäft nach dem anderen ist. Das ist halt ein Thema mit dem wir arbeiten wollen. Dass es da so ein neues Hinschauen auf das was da ist und eine Neubewertung gibt. Das sind einfach so stehende Sätze, die höre ich jetzt seit zehn Jahren. Da gibts natürlich schon ein paar Leute, die von außen kommen und das sowieso nicht anders kennen. Wenn z.B. Deutsche in den 10. Bezirk kommen, die sehen das ganz anders. Der Wiener hat einfach sein Standardmascherl für den 10. Bezirk und da gibts auch überhaupt keine Weiterentwicklung von diesen Klischees. Das ist immer so ein "früher" und ein "jetzt" und wenn man sich das von früher anschaut, war das nicht besonders aufregend. Die Quellenstraße war nie eine tolle Einkaufsstraße, da waren halt mehr traditionelle Gasthäuser, aber es ist jetzt wahrscheinlich mehr Gastro als früher. Aber es war nicht so, dass das früher so eine Prachtstraße, so ein Boulevard wie die Praterstraße gewesen wäre und sie jetzt verkommen ist. Es geht also darum, die Geschichte einmal weiter zu erzählen. Die neue Migrationsgeschichte einfach als Teil von der Zeit wahrnimmt, der den Stadtteil mittlerweile schon seit zehn Jahren ausmacht. Mindestens, zehn Jahre bin ich da. Aber ich glaube, das war vorher schon ein Thema, das sicher am Anfang schleichend gewachsen ist aber wirklich jetzt schon lange die Szenerie, die Stadtgestalt, das Stadtleben prägt und das ist es halt. Das ist nicht Nichts. Das ist einfach schon die höchste Form der Ignoranz. Wenn man sagt, "da sind ja nur mehr Ausländer" ist das immerhin eine Anerkennung von dem, was hier ist. Aber wenn man sagt, "da ist nichts mehr", so in der Art, nichts mit dem es wert wäre, was zu machen, da kann man gar nichts machen. Also die österreichischen Geschäftsleute, die sind die ärgsten, da gibt es wenige, die die migrantischen Kaufleute als adäquate Partner, mit denen sie auch gemeinsame Stadtteilaktivitäten machen würden, betrachten. Das ist eher so, "da ist niemand mehr, mit dem ich noch was machen kann". Das ist was, was wir jetzt immer wieder versuchen zu thematisieren. Und dann schon auch das eigene Bild, das die Migranten von sich haben, zu kommunizieren. Weil die sehen das wieder ganz anders. Die finden, das ist eine super Straße, die alle Stücke spielt. Die Aussagen kann man genauso haben. "Da hab ich alles" Da ist nicht nichts, da hab ich alles. Und die haben teilweise im 2. Bezirk gewohnt, und da "ist es so fad" und hier gehst du auf die Straße und ist so viel los. Das sind ganz andere Wahrnehmungen. Da gibts wirklich einen Schnitt, keinen Austausch von solchen Bildern. Da gibt es auch eine hegemoniale Medienwelt, die das immer reproduzieren indem sie es problematisieren oder auch wenn sie versuchen es positiv zu thematisieren. Das ist für viele Leute überhaupt kein Thema, dass das eine völlig von Türken dominierte Geschäftsstraße ist. Es wird einfach ganz anders wahrgenommen. Spannend finde ich es dann immer wieder, wenn dann einmal jemand von außen kommt, der die Klischees alle nicht mitbringt. Z.b. eine Bekannte, die kommt aus der Schweiz, die wohnt da in diesem Edlviertel beim Elisabethplatz, gleich im 4. Bezirk, und die geht ganz selbstverständlich immer in die Favoritenstraße einkaufen und am Viktor-Adler Markt einkaufen, weil das ist die nächste total super (...) weil die Leute im 4. Bezirk, alt eingesessene Leute, gehen nicht im 10. Bezirk einkaufen. Und die hat einfach diese ganzen Bilder nicht. Die hat einfach auf der Karte geschaut, was ist das nächste, hat es ausprobiert und findet es voll ok. Und die Geschäftsleute haben auch den Vorteil, dass sie dieses "früher" nicht kennen, also zumindest die, die noch nicht so lange da sind.

I: Welche Hürden, Probleme, Herausforderungen, glaubst du, gibt es hier in der Quellenstraße für die migrantischen Geschäftsleute?

E1: Sie haben einfach genau die gleichen Probleme, die alle kleinen Gewerbetreibenden haben. Dass es Ketten gibt, dass es Internetshopping gibt. Sie kochen halt auch nur mit Wasser und beuten sich im Gegensatz zu den anderen vielleicht stärker aus. Aber gerade die kleinen türkischen Greißler kämpfen sehr damit, dass mittlerweile auch Billa und Lidl aufgemacht haben, die ihnen viel Kundschaft wegnehmen und Preise anbieten, die sie (die türk. Greißler) nicht anbieten können. Und dass diese Ketten mittlerweile auch schon türkische Produkte anbieten. Die gehen der Reihe nach ein. Also entweder sie machen dann irgendwie auch Kebap oder haben selber schon so kleinere Ketten. Da gibts z.B. Pamukkale, die sind schon lange da. Keine Ahnung wie es denen geht. Aber in der Kreta hinten, da sind sehr viele Türken, da waren drei (Geschäfte). Der eine ist auf jeden Fall eingegangen. Der hat mir mal dargelegt, wie es um ihn finanziell steht und dass es ein Fehler war. Er hat so einen kleinen Stand gehabt. Ja, das ist so die Fortsetzung vom Greißlersterben, das man schon spürt. Letztens war auch noch eine Frau da, die einen Schnitzelimbiss hat. Das Problem ist man hat so und so viel Leute da, die das Gebiet frequentieren, die haben so und so viel Geld in der Tasche und wollen so und so oft Imbisse kaufen. Und wenn der Kuchen jetzt immer unter mehr aufgeteilt werden muss und es keine neuen Angebote gibt, sie immer das gleiche anbieten, dann wird es natürlich für die eng. Die kommen dann daher und fordern so eine Art Gebietsschutz ein oder fragen, ob es da keine Stelle gibt, die das verbietet, dass neben einem einer was aufmacht und das gleiche verkauft.

I: Wie war das bei ihr (der Frau vom Schnitzelimbiss)?

310

E1: Sie hat die Vermutung gehabt, dass der Betreiber vom Döner´ci in dem Haus, wo sie ihr Geschäft hat, da war so ein Billigshop drinnen, der ist weggegangen, dass da jetzt was neues reinkommt. Und sie kommt jetzt schon so ums Überleben und wenn der kommen würde, hat sie gemeint, wäre das ihr aus. Sie meinte, sie kann nicht mehr schlafen, hat so viel investiert in das Geschäft. Eh ganz verständliche Ängste. Aber es gibt halt keine Stelle, die das verbietet. In ihrem Fall war das so, dass ihr der Hauseigentümer zugesichert hat, dass er niemand anderen reingibt. Es dürfte jetzt eh kein Imbiss reinkommen.

315

I: Und gibt es direkt Sachen, die die Kaufleute angesprochen haben, was für sie problematisch ist?

320

E1: Das eine Problem worunter sie leiden ist, dass sich die Kundschaft eben in zwei Kuchen aufteilt. Die einen, die kommen und die anderen, die eben nicht kommen. Die Aussage von den Leuten, "Wir wollen eh die Österreicher da haben, wir wollen es durchmischte haben", mit dem sollte man arbeiten. Das Parkplatzthema. Da geht es darum, dass der 10. Bezirk gegen das Parkpickerl gestimmt hat, wodurch sich die Parkplatzproblematik noch mal verschärft hat, weil von auswärts viele Parkplatzflüchtlinge da sind. Und was man auch sagen muss, es wächst einfach demographisch noch ziemlich. Das glaube ich kommt den Geschäften zugute, dass einfach mehr Leute da sind. Es gibt hier immer wieder Wohnbauprojekte, Aufstockungen, Wohnhäuser, wo alte einzelne Pensionisten gestorben sind und in diesen Wohnungen jetzt ganze Familien drinnen wohnen. Das spürt man in manchen Blöcken sehr stark, in diesen 60er Jahre Blöcken, wo einfach jetzt ein demographischer Umschwung ist. Wo auf einmal innerhalb von zehn Jahren mehr Leute drinnen sind, ohne das was neues gebaut wurde. Ich glaube, dass der Bezirk jetzt tatsächlich ein bisschen verjüngt und nachverdichtet und das fällt ins Gewicht. Ich vergesse es immer wieder, aber ich glaube in den letzten zehn Jahren sind 36 000 Leute zugezogen, 2013 glaube ich sogar 4000. Das sind schon richtige Summen, natürlich kommt das den Geschäftsleuten zugute. Aber man merkt schon, dass es auch wirklich eng wird. Es sind einfach wirklich mehr Leute auf der Straße, es bewegen sich viele Leute auf der Straße, weil viele Leute da sind. Es bewegen sich viele Leute mit den Autos. Und natürlich, wenn da ein paar Tausend Leute zuziehen, müssen Flächen aufgefüllt werden und die Parkplätze werden weniger. Selbst wenn die durchschnittliche Autonutzung eh deutlich unterm Wiener Schnitt ist, spürt man das deutlich an jeder Ecke. Es sind die Schulplätze zu wenig, es ist die Verkehrsfläche zu wenig, es sind die öffentlichen Verkehrsmittel immer voll, es ist der Gehsteig voll. Die sind da die Leute, nicht nur am Papier und am Meldezettel. Sonnendviertel, Monte Laa, aber auch viele kleine Projekte. Wo doch auch viele Leute vielleicht, wenn sie einen Weg durch den Bezirk machen, hier einkaufen. Ich muss wieder mal mit dem Favoritenstraße Kaufleuteverein reden, ich bin mir sicher, die spüren das auch. Das ist die Gegenentwicklung zu dem, dass viele Gewerbetreibende mehr oder wenige, je nach Branche, über Internetsopping betroffen sind.

325

330

335

I: Und was glaubst du bietet der Standort besonderes, besondere Chancen? Gibt es da Aussagen von den Kaufleuten?

340

E1: Ja, da gibt es ein paar recht nette Aussagen. Z.B. vom Café Bijou. Der hat vor einigen Jahren dieses große Kaffeehaus aufgemacht, der hat früher als Kellner gearbeitet und macht das jetzt als sein Lebenswerk. Und er meinte, dieser Platz hat so viel Potential und er findet Favoriten verdiene ein besseres Kaffeehaus. Und einen Teil davon hat er dann auch zum Restaurant gemacht, das glaub ich nicht sehr gut geht. Aber es gibt glaub ich schon Leute, die sagen, es wäre noch viel mehr Potential hier. Diese Wahrnehmung vom Quellenplatz, dass dieser hohe Qualitäten hat, finde ich total wichtig. Und ein ganz ein wichtiges Thema ist die Gestaltung von den Freiräumen, da ist leider kein Geld da und wird sich wahrscheinlich auch nicht so schnell was ändern. Aber da könnte man sicher den Straßenraum noch ganz anders aufwerten. Quellenplatz, Gellertplatz an erster Stelle aber auch diese breiten Gehsteige, die man hat. Die verkaufen sich momentan auch unter ihrem Wert. Gerade wo man diese Alleestück hat, hat die Quellenstraße phasenweise etwas Boulevardmäßiges. Und gleichzeitig ist aber der Verkehr so belebt und verdrängt nicht: die Straßenbahn, die durchgeht und der Autoverkehr, der nicht durchbraust. Das hat schon Qualitäten. Interessant ist die Laxenburger Straße, da ist irrsinnig viel leer und frei. Für das, dass man das Gefühl hat, dass in dem Gebinde Gudrunstraße, Quellenstraße, Favoritenstraße eh fast alles vermietet werden kann, ist das verwunderlich.

345

350

I: Wobei, für Passanten ist es wahrscheinlich nicht so angenehm dort, weil es ja doch eher die Hauptverkehrsader ist.

355

E1: Die Laxenburgerstraße war früher ein total schöner Boulevard mit zweireihigen Alleen. Wenn man so alte Ansichten sieht, das war eine Prunkstraße. Die Favoritenstraße, Laxenburgerstraße, Etenreichgasse dazwischen, alles mit Alleen. Dazwischen die Antonskirche. Eigentlich eine Stadt vom Reißbrett. Die Qualitäten sind leider nicht mehr so erhalten. Vor allem die Laxenburgerstraße ist ja wirklich eine Verkehrshölle und keine Flaniermeile.

360

I: Und auf Wien bezogen, was siehst du da für Hürden für migrantische Unternehmer?

365

E1: Was ich vorher noch sagen wollte. Wenn man mit den Kaufleuten redet, da gibt es immer so die Vermutung von den Österreichern "Wir und die anderen. Wir sind so arm und die anderen die dürfen ja alles." Und das hört man aber immer vice versa. Wenn es z.B. um die Genehmigung von Gastgärten gibt. Da sind die Ausländer der Meinung, dass sie es viel schwieriger haben, weil sie Ausländer sind. Und die Österreicher sagen "Ja schauen sie sich das an. Die dürfen ja alles ...". Also, ich könnte jetzt nicht sagen...das sind vielleicht eher konkrete Geschichten mit den Behörden, je nachdem wie taff man da ist. Ich glaube, dass gilt jetzt aber für migrantische und österreichische (...)Wie war noch mal die Frage?

370

I: Mehr in die Richtung, ob Beschwerden oder Probleme von den migrantischen Kaufleuten, die ihr mitbekommt, nicht nur auf den Standort Quellenstraße beziehen, sondern generell auf Wien oder Österreich.

375

E1: Ich glaube, dass die migrantischen Kaufleute viel weniger sudern. Obwohl, gibts auch schon. Die jetzt auf die Politik schimpfen mit den Parkplätzen, da regen sie sich alle furchtbar auf. Bevor diese Entscheidung gefallen ist, haben alle gesagt, auf jeden Fall kein Parkpickerl und jetzt haben sie die Konsequenzen und sagen, wie wahnsinnig das überhaupt ist, dass man das bezirksweise unterschiedlich macht und dann sollte es doch für die ganze Stadt gelten. Z.B. hat mir ein türkischer Juwelier gesagt, der hat sehr auf die Politik geschimpft und gemeint, er wählt das nächste Mal auch die FPÖ, weil (...) in Wirklichkeit ist die SPÖ vor der FPÖ in die Knie gegangen und hat das Parkpickerl nicht eingeführt. Und generell besteht bei Migranten weniger die Idee, dass der Staat oder die Stadt was machen muss. Das ist glaub ich eine offener Mentalität. So in der Art, ich mache jetzt ein Geschäft auf und wenn es nicht funktioniert, mache ich das nächste Geschäft auf. So, ich MACHE, als wie, kann ich das machen? Und gleichzeitig ist es nach wie vor so, dass die Österreicher stärker die Strukturen wahrnehmen, sie besser kennen, in irgendwelchen Interessensverbänden drinnen sind. Förderungen und dergleichen besser anzapfen können. Obwohl in Wien in den letzten Jahren, mit Mingo und dieser Schiene, versucht wurde ein bestimmtes Zielpublikum zu erreichen und zu unterstützen. Das kann ich jetzt schwer beurteilen, wie sehr das jetzt wirklich funktioniert und angenommen wurde und schon eine Breitenwirkung hat. Aber ich vermute schon.

380

385 I: Also zwischen den Kaufleuten, gibt es da Vernetzungen oder Vereine?

E1: Es gibt schon Vereine. Ich muss ganz ehrlich gestehen, das ist auch ein Thema, das ich mir schon lange vornehme, dass ich mal versuche, mit denen in Kontakt zu treten. Es gibt schon türkische, so weit ich das richtig verstanden haben, politischen Lagern zuzuordnende (...) z.B. da ist mir das Büro aufgefallen, Tysian Austria, Vereinigung der Industriellen und Unternehmen Österreich, Gudrunstraße 161. Und ich glaube, dass Ömer, hab ich dir von dem auch den Kontakt geschickt?

390 I: Ich glaube nicht.

E1: Der war Immobilienmakler Büromarkt, der ist da aufgewachsen. Der kennt Gott und die Welt. Seine Schwester ist die Sekretärin vom Swoboda und ist glaub ich sehr eng mit der SPÖ. Ist aber muslimischer Türke, der in eine islamische Schule geschickt worden ist, aber hat ein Ur Favoritner. Und er hat immer verschiedene Geschäfte am Laufen. Und er hat mir erzählt, er war da gerade in der Gründungsphase einer türkischen Handels-, Interessensgesellschaft. Da hat glaub ich der Christoph (Gollner) den Namen damals aufgeschrieben. Also, wir bekommen von denen wenig mit. Ich glaub aber schon, dass die z.B. mit der Wirtschaftskammer was machen. Gerade die Türken sind da sehr fit, im Aufbauen von Strukturen und Interessensstrukturen.

400 I: Das, den Kontakt zu Interessensverbänden, wollte ich dann eh auch bei meinen Interviews abfragen.

E1: Das haben wir zum Teil abgefragt, da ist aber wenig gekommen. Ich hab es nicht als gezielte Frage drinnen gehabt, aber ich habe es dann teilweise schon angesprochen, wenn es sich in den Gesprächen ergeben hat. Wir halt mal durch die Geschäfte durchgegangen und haben ein paar Standardfragen zu Mitarbeitern, Branche, etc. gestellt und wenn Gespräche entstanden sind, haben wir schon versucht ein paar Solche Dinge auch abzuklopfen. Aber das waren halt so Einzelfälle. Aber das finde ich eine sehr spannende Frage. Und ich glaube nicht, dass andere Ethnien das haben. Kann ich mir irgendwie nicht vorstellen.

410 I: Hier sind ja vorwiegend türkische Migranten, aber gibts auch z.B. rumänische oder bulgarische Kaufleute hier?

E1: Gibts schon. Das müsste eh in unserer Studie drinnen sein.

I: Da wird nur zwischen Türken, Personen aus dem ehemaligen Jugoslawien und aus afrikanischen, asiatischen Ländern unterschieden. Erhoben habt ihr es sicher, aber in der Auswertung sieht man es nicht.

415 E1: Es gibt z.B. zwei Inder oder Pakistan, dann gibts auch etwas Jüdisches oder Georgien...aber das sind eher so Einzelfälle. Da drüben war so ein Buratino-shop, der gehörte glaub ich einen Ukrainer. Der hat aber nach zwei Jahren wieder zugemacht. Also, es gibt schon auch viele Geschäfte, die wieder zumachen, ganz so ideal ist es doch nicht, wie ich vorher gesagt habe.

420 I: Das wäre vielleicht auch interessant mit jemanden ein Interview zu führen, der aus diesen neuen EU Mitgliedsstaaten kommt, wie eben Bulgarien, Rumänien oder Polen. Jetzt bin ich eh schon fast am Ende meiner Fragen. So in die Zukunft gerichtet: gibt es Vorstellungen von euch, in welche Richtung eine Entwicklung der Migrantenökonomie erstrebenswert wäre?

E1: Eine Wunschvorstellung ist sicher, dass diese Barriere Alteingesessene Neue, "das sind die Geschäfte der Migranten, das sind unsere Geschäfte" aufgebrochen wird. Und ich habe schon den Eindruck, es gibt generell schon ein neues Selbstverständnis oder am Sprung zu einem neuen Selbstverständnis. Also wenn man da jetzt mit Arbeit reingeht, kann das schon fruchten. Ich glaube, viele Sachen werden sich demographisch lösen. Die Jungen, die hier aufgewachsen sind, da sind jetzt zehn Jahre vergangen, die damals noch Schulkinder waren, sind jetzt selber wieder in erwerbsfähigem Alter. Ein Punkt, den wir noch nicht angesprochen haben, die ökonomische Rolle. Es ist ja ein Arbeitgeber für viele Leute oder eine Einnahmequelle für viele Familien, die sicher auch Jobs im Grätzel anbieten. Und in Favoriten ist einfach momentan so viel Umbruch, das kann man jetzt wahrscheinlich nicht so voneinander trennen. Ich sehe jetzt momentan noch nicht so eine Tendenz, dass man sagt, das ist jetzt die nächste Bobozone so wie der Brunnenmarkt. Zu dem ist irgendwie das Umfeld schon zu dicht bevölkert, dass sich da so schnell ein Bevölkerungsaustausch ergibt und der Mittelstand, der jetzt mit den neuen Wohnbauten her kommt, der umfasst zum Teil eh junge Familien der 2. und 3. Generation. Füllt also viel mit diesen Leuten auf, die jetzt schon die neuen Österreicher sind und viele vielleicht eh auf dieser Modeschene bleiben, die hier angeboten werden. Also so mit Alternativboutiquen, da hab ich nicht das Gefühl, dass hier was passiert. Weil die Räume hier eh besetzt sind, genutzt werden. Also z.B. da unten, da war ich schon überrascht, das neue Keplerkino. Das ist ein riesiges Lokal, sie nehmen das Motiv Film auf, es laufen irgendwelche Filmklassiker im Hintergrund, so mit Shisha, das Klo ist sicher mit Gold. In jeden anderen Stadtteil wäre das so (...) um die Grünen herum, die waren immer im Keplerkino. Da hat es immer so Sonntagsmatinee gegeben und das war immer so ein schönes, altes klassisches Kino. Das wird halt kein Schikaneder. Ich hab mir zuerst gedacht, was da wohl hinkommt, so mit Mode, Gastronomie und Kino. Und das ist halt jetzt so Marke Favoritenstraße. Das passt dann einfach zu diesen Modegeschäften, kann ich mir vorstellen. Die Leute, die da einkaufen, die Jugendlichen, dass die da auch - die halt auch zum McDonalds gehen - die gehen da hin. Die besetzen das schon. Und ich glaub nicht, dass das frei wird für so eine türkische Gentrifizierung. Und trotzdem, der 10. Bezirk, alleine durch die ganzen Erweiterungsgebiete, ist im Umbruch und auch im Imageumbruch und da wird die Quellenstraße ein Teil davon sein.

445 I: Noch zwei Fragen, die sich mehr auf den Stadtteil beziehen. Einerseits, wie funktioniert das Zusammenleben hier im Stadtteil, v.a. zwischen Migranten und Nicht-Migranten?

E1: Es gibt halt immer noch diese sehr klassischen ausländerfeindlichen Aussagen. Wie z.B. da war ich am Abend Essen im Lokal "Zu den zwei Lausern" (gegenüber der GB\* in der Quellenstraße), da war der Schanigarten total voll und ich meinte, es ist ja echt super hier zu sitzen und ich war dann überrascht und er: "ja, aber es sind halt so viele Türken da. Es wäre ja schon so schön, aber...". Es kommt dann immer so mit einer Selbstverständlichkeit daher. Und so quasi, nur dass sie (die Türken) da sind, verhandelt schon die Atmosphäre, das Stadtbild. Es gibt sicher einfach die Gruppe, die das extrem problematisch sieht. Es sind auch gerade viele muslimische Leute ganz sichtbar da. Ich finde schon, dass sich schon noch mal die Anzahl der Frauen, die mit Kopftuch gehen oder die Männer mit Bärten in den letzten Jahren deutlich erhöht hat. Generell hab ich das Gefühl, es hat abgenommen, weil die Leute die da wohnen, immer noch da wohnen, das eh so akzeptieren und (...) wie in der Kreta hinten, die immer schon sehr stark migrantisch ist, da gibts kaum Nachbarschaftskonflikte. Weil die Leute, die dort immer schon wohnen, die leben dort und akzeptieren das so. Es ist dann wirklich so viel Ausländerbezirk, dass es wenige Österreicher gibt, die sich aufregen. Ich glaube, das ist im Abnehmen.

460 I: Aber gibts dann auch offene Konflikte oder bleibt es eher bei Beschwerden?

E1: Ja, man bekommt schon immer wieder mit. Es gibt irrsinnig viele Überfälle, Gewaltverbrechen. Also, jedes Wochenende, wenn man hört was in Wien passiert ist, erschossen worden ist, dann ist das gerne einmal hier in diesem Gebiet. Und so Nachbarschaftskonflikte, das ist jetzt über Jahre hinweg so ungefähr gleich geblieben. Da gibts natürlich immer die Beschwerden über die Ausländerfamilien, die so viele Kinder haben und die Kinder (...) also in den Freiräumen hat man es (die Konflikte) sehr stark, da schon. Dass sie am Abend lange draußen sind. Da gibts immer die Vorstellung (bei den alteingesessenen Österreichern), dass man eigentlich um 20.00 Uhr oder so nach Hause gehen soll. Ich teile diese Vorstellung als Österreicherin jetzt auch nicht, aber das sind halt so klassische Konfliktpunkte. In den Freiräumen mischen sich die Konflikte zwischen Jung und Alt und alteingesessenen Österreichern und jungen Immigranten, die die Plätze da besetzen und anscheinend "oag" sind oder so. Die sind halt draußen, sind laut, spielen Fußball. Die Klage darüber, dass die Straße komplett "vertürkt". Eh, das ist schon so eine interne Resignation, da hören wir jetzt nicht mehr mehr. Aber heute war einfach wieder so ein Anruf, dass wer aus dem Stand, ohne sich vorzustellen, sagt, sie findet das so eine Ungerechtigkeit, dass Gemeindewohnungen nur mehr an Ausländer, an Muslime vergeben werden etc. etc.

I: Die richten sich dann also schon an euch mit den Beschwerden?

E1: Genau, dafür sind dann jetzt die Wohnpartner zuständig. Also was Gemeindebau betrifft, können wir abgeben. Aber ich war am Anfang sehr skeptisch, wie diese Wohnpartner im großen Stil als Mediationsinstrument aufgebaut worden sind. Da hab ich mir gedacht, die Leute sollen doch einfach lernen miteinander Konflikte zu bewältigen, aber jetzt glaub ich schon, dass die Präsenz von diesen Leuten in den ganzen Gemeindebauten ziemlich viele Konflikte abfedert. Entmündigt die Leute, weil es quasi die Institution gibt, die das für dich erledigt. Das ist jetzt die Kehrseite. Gleichzeitig glaub ich schon, dass die auch in vielen Fällen einfach viel abfedern, auch weil einfach jemand da ist, den man "ansudern" kann.

I: Gibts dann noch andere Institutionen, abgesehen von euch und den Wohnpartner, die versuchen, das Zusammenleben hier zu unterstützen?

E1: Es gibt noch die Jugendbetreuung "Back on Stage". Die hat eine wichtige Funktion. Die sind auch ganz viel in den Einkaufsstraßen. Hab ich dir....?

I: Du hast mir von Andreas Glaser erzählt..

E1: Ja, vielleicht ruft du einfach mal an. Da war heute im Ö1 Morgenjournal ein Interview mit Ercan, der ist jetzt Jugendanwalt, gerade recht präsent. Den könntest du auch fragen, der war sehr lange in der Quellenstraße unterwegs und ist sehr reflektiert. Also, wenn es um Arbeitsplatz usw. geht, kann dir Andi weiterhelfen. Und dann das Jugendzentrum am (?) -Platz. Dann gibts auch die Fair-Play Leute. Da war der Baki, mit dem ich durch die Quellenstraße gegangen bin, auch. Die haben auch viel Kontakt mit den Kaufleuten. Die sind 4, 5 Leute, die gehen einfach durch die öffentlichen Gebiete, Parks, so in den Abendstunden und schauen, welche Stimmungen da so herrschen. Die sind irgendwie witzig, die machen das auch mit so einer Leidenschaft. Ich glaube, die können das wirklich gut. Ich glaube, die wissen auch viel, was die Kaufleute betrifft. Die gehen einfach herum und reden mit den Leuten. Das schätze ich immer sehr, wenn ich die erlebe. Dann die ganzen religiösen Gruppen. Ich glaube, hier an der Quellenstraße ist ziemlich die höchste Dichte an Religionsgemeinschaften. Da hab ich auch mit dem Stefan Almer von der MA 17 telefoniert, der das mehr dokumentiert. Ich glaube, die sind schon sehr vernetzt mit den türkischen Leuten und auch wirtschaftlich, die Erdogan nahen Leuten bin ich mir sicher, wenn es einen Wirtschaftsverband gibt, da gibts sicher einen der die Verlängerung von Erdogan ist. Dann gibts die Gülen Leute. Fethullah Gülen. Der ist schon Muslim, aber konservativer Kontrahent zum Erdogan. Im letzten Jahr ist ziemlich viel in der Zeitung über ihn gewesen. Ich hab diese Bewegung kennen gelernt, weil die im 10. Bezirk eine Schule aufgemacht haben, schon eher eine Eliteschule mit Wirtschaftsschwerpunkt. Die sind da in Richtung der Siemensgründe auf der Quellenstraße. Ich glaube, die haben das Publikum aus ganz Wien. Dann gibt es etliche evangelikale Gruppen, koptische Gruppen. Stefan hat mir auch von einer jesidischen Gemeinde, Verein in der Columbusgasse erzählt und von einem Isis nahen arabischen Verein. Die spielen einfach eine große soziale Rolle. Das sind schon Treffpunkte wo die Leute, z.B. pensionierte muslimische Männer hingehen, und eine Zeit lang dort sitzen, wie halt andere ins Gasthaus gehen, gehen die halt in ihre Moschee ums Eck. Und dann gibts da ihre Schulen und Jugendarbeit, wo am Wochenende anscheinend wirklich 100 Kinder in den Koranschulen sind. Wir haben auch eine Grätzeltour zu Religionen in der Quellenstraße gehabt, da gabs den Schwerpunkt zu den Moscheen. Das ist auch ein Versuch, diese Sichtweisen, also diese Gruppen, die nebeneinander leben aber mit diesen Vorurteilen, irgendwie zusammen zu bringen. Und das funktioniert mit diesen "Kosmos Quellenstraße" Touren immer echt gut. Es ist für uns auch ein guter Anlass, dass man zu den Leuten hingehet. Oder zu den Kaufleuten sagt, wir möchten gerne so einen Spaziergang machen, da kommen dann diese Gruppen vorbei. Einfach so hingehen und reden, ist immer schwierig. Man muss immer ein Anliegen haben. Oder einen Vorschlag. Aber es ist auf jeden Fall nicht zu unterschätzen, was die (die religiösen Vereine?) halt auch abdecken an sozialen Leistungen und sozialer Aktivität, ob man es will oder nicht. Die haben Kindergruppen, Jugendgruppen, bieten sportliche Aktivitäten an, Nachhilfe. Ich gehe davon aus, dass die türkischen Geschäftsleute immer in diese...oder diese politische Zäsur, die durch die türkische Gesellschaft geht, die gibts auch hier im Bezirk oder halt in Wien. Man sieht, es gibt auch Geschäftsleute die immer mit den selben zu tun haben und mit anderen nicht, also (...)

I: Noch eine andere Frage. Wenn du den Stadtteil oder die Quellenstraße hier siehst, erlebst, wie nimmst du es hier wahr?

E1: Ich habe nie das Gefühl, dass man Angst haben muss. Es gibt sehr viele, gerade Österreicher, die sagen, „da muss man ja Angst haben oder meine Angestellten fahren nur mehr mit dem Auto her, weil die trauen sich hier nicht mehr gehen“ und solche Aussagen. Ich habe nie das Gefühl, dass es unsicher ist. Es ist glaub ich schon eine erhöhte Kriminalität, aber, ja. Und sonst. Mich interessiert das total was hier passiert und ich sehe das sehr positiv. Das ist meine Wahrnehmung, aber ich finde, es hat sich hier selbstbewusster und positiver verändert. Und dass die Leute so viel Energie in die Geschäfte stecken, so viel investieren, das würde ich auf jeden Fall positiv bewerten. Und dass sie dieses islamische Geschäftsangebot, diese islamische Färbung so dominant ist, verfolge ich schon mit Interesse und kann dem was abgewinne, aber es geht mir dann doch immer wieder so, dass ich einfach...das ist jetzt nicht meine Straße, die meine Bedürfnisse abdeckt. Wenn ich z.B. im 4. Bezirk in der Kettenbrückengasse herum schlendere und vor jedem Retroschop stehen bleibe, so wird es hier nie werden (Lachen). Ich bin halt kulturell doch nicht von dort. Ich hab schon diese neugierige Außensicht, wo ich auch mitbekomme, ich verstehe, dass es wichtig ist, zu welcher Moschee sie sich zugehörig fühlen, aber ich verstehe es nicht gut genug, dass ich das schon beurteilen könnte. Ich bin halt kein Teil von dem, das ist schon noch so, wir sind von außen.

I: Wohnst du hier im Bezirk?

E1: Nein. Und ich glaube, dass es auch umgekehrt so ist. Also, wir sind immer noch eine Einrichtung, die aus einer anderen Welt kommt und die Brücken, die wir da schlagen wollen...oder die Barrieren die da sind, müssen schon zwischen uns und den Geschäftsleuten abgebaut werden. Wenn ich z.B. in St. Georgen (Heimatort) herum gehe, dann kann ich alles, was ich höre...dann weiß ich, wie das funktioniert. Ich kenne das von der Picke auf, ich bin ein Teil davon, ich kann in dem agieren. Vielleicht jetzt nicht mehr, jetzt bin ich schon zu lange weg. Aber in meinem Umfeld. Wenn ich mit Raumplaner z.B. rede, dann braucht man nicht viel andeuten, man versteht. Die Barriere besteht einfach.

Und das ist ziemlich viel Arbeit, dass das aufgebrochen wird. Oder es ist keine Arbeit und es ergibt sich einfach über die Zeit und über die Generationen. Das spürt man schon auch. Dass die Jahre da auch an festgefahrenen Mustern kratzen. Dass auf einmal eine Generation da ist, die das nicht anders kennt und beide Deutungsmuster so gut versteht, dass das funktioniert. Ich merke, ich bin nicht ein Teil von dem hier, obwohl ich es so gut kenne und mich mit dem viel beschäftige.

I: Dass man sich nicht wirklich damit identifizieren kann.

545 E1: Ja, und ich hab offenbar nicht die Notwendigkeit. Ich identifiziere mich mit meiner Arbeit und mit dem Thema.

I: Aber es wäre jetzt auch nicht unbedingt ein Grätzel, wo du wohnen wollen würdest?

550 E1: Ich wäre damals eigentlich schon hergezogen, aber ich bin eigentlich froh, dass ich nicht hergezogen bin. Ausschlaggebend war schon für mich...mir war schon klar. Jeder Kontakt, jede Bewegung, man fährt weg vom Bezirk in die Stadt hinein. Ich habe hier keine Freunde gehabt. Ich bin im Stuwerviertel viel besser aufgehoben, da sind halt viele meinesgleichen. Die Entscheidung war eben, dass ich dort hinziehe, wo viele Freunde von mir wohnen. Es gibt so eine Festschrift GB 40 Jahre und da ist eine Statistik drinnen, wo die Gebietsbetreuer wohnen. 15. interessanterweise noch vorm 16., Stuwerviertel. Ich gehe auf die Straße raus, und die Wahrscheinlichkeit, dass ich jemanden treffe, ist sehr hoch. Und ich weiß nicht, ob das hier so wäre...Ich habe eine Freundin, eine Grün-Alternative, die hat in der Nähe der Keplergasse gewohnt, die hat ihr Kind dann aus dem 10. Bezirk aus dem Kindergarten genommen, weil sie gesagt hat "sie gehört da einfach nicht her, und das Kind gehört da einfach nicht her" und hat das Kind dann in den 4. Bezirk in den Kindergarten geschickt. Im Endeffekt ist sie dann auch irgendwann einmal weggezogen. Jetzt ist es glaub ich aber wieder anders. Jetzt kommen Leute in den Bezirk, die sich vor 5 oder 6 Jahren nicht gedacht hätten, sie würden sich im 10. eine Wohnung suchen. Die Marktpreise treiben jetzt den Mittelstand über den Gürtel hinaus. Und die Deutschen, das ist auch so eine Gruppe, denen es wirklich gefällt im 10. Es sind ziemlich viel Deutsche hier, glaube ich.

560 I: Von meinen Fragen war es das so mal. Vielen Dank.

## Interview Mitarbeiter Gebietsbetreuung 10. Bezirk (E2) - 8.5.2014, Dauer 1h

*Erste 10 Minuten nicht aufgezeichnet, Fragen zu „Vierteln“ im 10. Bezirk. Keine wirklich historischen Viertelbezeichnungen, da 10. Bezirk nicht aus Vorstadt (wie z.B. Lerchenfeld, etc.) entstand. Aber Bezeichnungen, wie Triesterviertel, Sonnwendviertel, Kreta, geläufig.*

5

I: Bezüglich der Erhebung zur Branchenstruktur. Wäre das für mich auch verfügbar? Kann ich es verwenden?

E2: Ja. Wir haben das nicht groß publiziert. Es ist eine Art Arbeitsgrundlage für uns und für den Bezirk eine Information. Wir haben das hier in diesem kleinen Folder zusammengefasst. Das ist halt nur was man in einem Folder so schnell zusammenschreibt mit Stichworten. Da ist auch die Branchenstruktur drinnen. Worauf wir uns im Anschluss an diese Erhebung konzentriert haben, ist, dass wir anhand von unter dem Titel „Kosmos Quellenstraße“, was Vielfalt und Größe und Unterschiedlichkeit repräsentieren soll, dass wir so thematische Touren angeboten haben. Das ist der Folder vom vorigen Jahr. Da haben wir zwei - also insgesamt vier - Touren gehabt. Das erste war „Handel im Wandel“. Da ging es darum, was hat sich hier verändert, wie verändert sich die Infrastruktur. Das zweite war die „junge Quellenstraße“, wo es um Treffpunkte oder um Räume für Jugendliche ging. Dann hatten wir die Tour „Religionen in der Quellenstraße“. Es gibt hier auch ziemlich viele sehr unterschiedliche. Also, Moschee gibts an der Quellenstraße nur eine, im Umfeld aber relativ viele. Wir haben also islamische Einrichtungen. Aber es gibt Kirchen nach wie vor, kirchliche Einrichtungen, evangelikale Einrichtungen. Also es ist auch aus diesem Aspekt gar nicht so uninteressant. Dann gab es noch die Tour Mundl, EKH. Also wo sozusagen diese 60er, 70er thematisiert wurden, aus dem Blickwinkel heraus. Für viele der klassischen Favoritner ist das so die gute alte Zeit in Wien im Hinterkopf. Kreiskyjahre, stabile, ökonomische Entwicklung, kein Druck des Wachstums der jetzt in Wien generell herrscht, relativ homogene Bevölkerungsstruktur. Also ein Ansatz, wie wir dieses Projekt weiter verfolgen, ist, dass wir nach möglichst vielen Aspekten diese Straße zum Thema machen. Gar nicht so unbedingt für die Außenwirkung, sondern vor allem die Innenwirkung. Dass die Leute, die hier relativ bezugslos nebeneinander agieren, ein Gefühl von, wir sind die Quellenstraße, entwickeln.

25

I: Und wer war bei den Touren so dabei? Kann man das sagen? Eher Bewohner oder Unternehmer?

25

E2: Ganz unterschiedlich. Generell sind Unternehmer für alle Beteiligungen, Aktivierungsprozesse ein sehr schwieriges Terrain. Verständlicher Weise gibt es Arbeitszeiten usw. wo kaum jemand Lust hat nach 7 am Abend noch Workshops zu machen oder Touren. Waren aber auch. Wir hatten jetzt auch Vernetzungstreffen mit Kaufleuten. Das ist halt eine mühsame Arbeit. Gerade bei Kaufleuten muss klar werden, was springt dabei raus. Das mein ich nicht rein ökonomisch, aber das muss einen Sinn haben. Sonst lassen sie sich nicht auf einen Prozess ein. Das sind nicht Leute, die einfach einmal gern zusammensitzen und plaudern. Also während man Studenten oder Pensionisten leicht erreicht, ist das bei Kaufleuten total schwierig. Wir hatten schon welche dabei, aber das ist Knochenarbeit. Bei den Führungen ist das so eine Mischung aus Bewohnern, Interessierten, aber auch das interessierte Publikum, das aus ganz Wien kommt.

35

I: Und diese Vernetzungstreffen, soll es die auch weiterhin geben? Und wenn ja, soll das auch formaler werden?

35

E2: Soll es weitergeben, ja. Das Ziel soll ja vor allem sein Empowerment. Das Interesse ist da. Mittelfristig sollen es selbsttragende Prozesse werden. Wir stoßen das einmal an, aktivieren, um Möglichkeiten aufzuzeigen. Auch was man einfach einmal aus eigener Kraft tun kann. Denn es ist dann sehr schnell, dass sie dann sagen „es ist eh alles egal“. Also wenn der Bezirk nicht dieses und jenes mit den Parkplätzen macht. Oder Thema Sauberkeit. Wo wir auch sagen, ok, wir können nicht einfach die Straße umbauen. Ziel ist, die Potentiale - die aus dem gemeinsamen Agieren entstehen - aufzuzeigen. Das was man selber, durch Zusammenarbeit oder im eigenen Bereich tun kann, verbessern.

45

I: Und gibt es von Bezirks- oder Stadtseite besondere Aufmerksamkeit den Migrantenökonomien gegenüber oder dass sie an euch diesbezüglich herantreten?

45

(Schüttelt den Kopf.)

I: Ist also kein Thema?

50

E2: Ich glaube, auf Stadtebene sicher schon viel mehr als spezifisches Thema erkannt worden in den letzten zehn Jahren. Da ist halt dann immer das Brunnenviertel das Aushängeschild. Aber das es dann wirklich die ganze Stadt betrifft, ist jetzt nicht so verankert. Aber ich merke es ja auch an unserer Arbeit. Es ist natürlich auch eine gewisse Hilflosigkeit. Die österreichischen Unternehmer granteln zwar viel, aber man erreicht sie zumindest über den klassischen institutionellen Zugang. Wirtschaftskammer oder so. Wenn wir sagen, wir sind Gebietsbetreuung dann ist das irgendwie „aha, ok“. Migranten haben da ganz andere Netzwerke. Zum Teil auch sprachliche Scheu, aber auch grundsätzlich eine institutionelle Scheu. Da sind ganz andere Barrieren noch zu überwinden, zu den üblichen Problemen die mit Kaufleuten schon sind. Daher sind diese Prozesse unheimlich schwierig. So werden immer wieder Prozesse gestartet in den unterschiedlichsten Gebieten der Stadt. Das ist viel Arbeit im Hintergrund. Wo das Jahre in Anspruch nimmt, dass man sichtbare Veränderungen, sichtbaren Erfolg sieht. Und das ist grundsätzlich ungünstig für die Politik, solche Prozesse. Deswegen ja, das ist irgendwie Thema, aber mir sind jetzt keine (?) bekannt, wo sich da jetzt jemand ganz massiv darauf setzt.

60

I: Also jetzt auch nicht bei der Kreta im Rahmen der Blocksanierung? Ich hab gelesen, dass man dort einen ganzheitlicheren Ansatz verfolgen will. Also auch die Unternehmer vor Ort mit einbeziehen. Oder war das nur mal so dahin gesagt?

65

E2: Nein, das ist schon so. Das sind alles engagierte Leute, auch die das machen. Am allerletzten Ende scheitert es am Geld. Letztlich ist das meiste das zu tun ist, eine Geldsache. Auch wenn es Förderungen gibt, da muss jemand Geld in die Hand nehmen. Und da geht es wirklich um die ökonomische Effizienz. Wenn da nicht klar ist, was bringt mir das jetzt, auch dass es einfach netter wird in Zukunft, wird man kaum jemand so leicht (...) „also da investiere ich mal in die Zukunft, dass es schöner werde“ erreichen. Da muss schon handfest was rauskommen. Und daran scheitern dann viele Prozesse. Denn wenn das nicht klar zum Ausdruck kommt, tut sich nicht viel. Und (...) es gibt im 10. Bezirk, und schon gar nicht in der Quellenstraße, kein so ein Dach von Förderungen. Also, es ist kein Zielgebiet in irgendeiner Art und Weise. Ich glaub schon, ein wesentlicher Aspekt im Brunnenviertel war sicherlich, dass es ein URBAN Fördergebiet war. Und das ist ein Zusammenspiel aus Eigeninitiative, Vernetzung der lokalen Ökonomie, aber auch der öffentlichen Investition. Da war dann einfach Geld da, das in die Hand genommen wurde und so von außen investiert wurde. Eine ähnliche Förderkulisse gibt es hier nicht. Und generell jetzt nicht in Wien. Also auch Ziel 2 Gebiet war jedenfalls nicht hier. Ich will jetzt nicht sagen, dass es nur am Geld liegt und ohne dem nix geht. Aber es ist auf jeden Fall langsamer und schwieriger. Wir als GB haben ja auch nicht das Geld bei der Hand und können sagen, wir machen dies und das. Da muss einfach wirklich die Sinnhaftigkeit des Prozesses erkannt werden und für zielführend. Und da ist das ständige Tüfteln, wie geht man vor, wo kann man kleine Erfolge erzielen, um die Leute zumindest bei der Stange zu halten.

75

I: Und wie war das jetzt, das Interesse von den Kaufleuten? Kann man das prozentuell sagen, wie viele Interesse zeigen, sich zu beteiligen?

80 E2: Also, das Interesse, wir haben glaub ich jedes Geschäft abgeklappert für das Vernetzungstreffen. Das waren sicher 100 Geschäfte. Da waren 10 oder 12. Also mit 10% liegt man nicht ganz schlecht. Auch jetzt wenn man hört, was bei anderen GBs bei ähnlichen Prozessen herausgekommen ist. Da ist es auch vorgekommen, dass man wochenlang herumrennt und dann kommt überhaupt niemand. Das kann passieren. Das ist nicht böse gemeint. Das ist einfach eine Ressourcenfrage. Wo investiere ich meine Zeit und Energie als Unternehmer und was bringt mir das.

85 I: Und es gibt auch keine anderen Vereine, oder? Bzw. ist die Quellenstraße auch nicht eingebunden in die Geschäftsstraßen Wien?

90 E2: Das wäre eine Möglichkeit. Aber das ist nicht das, was wir wahnsinnig forcieren. Also, wenn das die Kaufleute wollen. Von Bezirksseite wäre das okay. Wie gesagt, man muss sich ein bisschen die Frage stellen, ist es das richtige Instrument, also auch für insbesondere migrantisch geprägte Gebiete oder Straßen. Also, die Wirtschaftskammer hat sich da sicher schon weiterentwickelt. Aber das ist schon eine recht konventionelle Struktur. Und auch die funktioniert nicht immer. Also, die Favoritenstraße, eine der stärksten Einkaufsstraßen, hatte letztes Jahr z.B. keine Weihnachtsbeleuchtung. Weil es nicht geschafft wurde, dass Geld dafür da war. Aber wir bestimmen das sowieso nicht. Wenn sich da genügend Leute zusammmentun, kann man das natürlich anstreben. Manche Dinge werden leichter. Aber gerade die Frage, um bei der Quellenstraße zu bleiben: muss das so eine formale Form sein? Geht es wirklich darum, sich als Einkaufsstraße zu positionieren? Oder geht es auch um was anderes, wo nicht unbedingt der Branchenmix das allerwichtigste ist. Sondern wo es darum geht, dass sich die Leute da auch treffen. Also, dass es um den sozialen Raum geht, der halt dann mit Geschäften auch verbunden ist. Also, man kann da ein bisschen modifizierte Ansätze verfolgen, gerade wo es auch um migrantische Ökonomien geht. Da gibt es kein Patentrezept. Das ist ein Try and Error Prozess.

100 I: Was würdest du sagen, welche Bedeutung bzw. Funktionen haben die migrantischen Kaufleute hier für den Stadtteil?

105 E2: Ich glaube, es ist sehr stark eine Nahversorgungsfunktion. Wenn man hier an Frühlings-/Sommertagen durchgeht (...) die haben da ihre Sesseln draußen verteilt. Die Quellenstraße, rein vom baulichen Profil, hat im Vergleich zu vielen anderen Straßen viele Vorteile. Erstens fährt die Straßenbahn durch, zweitens gibt es fast durchgehend eine Allee mit altem Baumbestand. Relativ breite Gehsteige. Es hat Ansätze von Boulevard, die die meisten Straßen hier nicht haben. Es ist nicht so viel Autoverkehr. Die Hauptverkehrsstraßen sind andere. Und die Straße wird von den Akteuren, sowohl von den Geschäftsleuten als auch Bewohnern, stark von Migranten mitgeprägt, also stark geprägt. Natürlich, ich glaub, dass die Funktion, wie meistens ist, dass sie ja nur zum Teil, wenn überhaupt, ein Verdrängungsprozess ist. Es ist ja nicht so weil Zuwanderer hier stärker kommen, dass der österreichische Greißler zusperrern muss. Da stehen ganz andere ökonomische Prozesse dahinter, wenn an jeder zweiten Ecke ein Lidl, ein Billa, ein Hofer ist. Ich glaub eher, dass Migranten genau diese Strukturänderung, nämlich dass Ketten die klassische Einzelhandelsstruktur verdrängen, dass diese Einzelhandelsstruktur vor allem von Migranten aufgefüllt wird. Natürlich in prekären Lagen und in sicher nicht wahnsinnig nachhaltigen Branchen, durchgängig. Aber zumindest, es ist keine tote Straße. Ich glaube die Wahl wäre sonst Leerstand. Also die Alternative zu dem was man jetzt sieht, wäre Leerstand, wenn es nicht von migrantischen Unternehmen genützt würde. Im Zweifel ist das die wesentlich bessere Variante und vor allem bietet es viel mehr Anknüpfungspunkte für eine zukünftige Entwicklung. Man muss jetzt nicht immer das Brunnenviertel im Visier haben. Aber in Verbindung mit der ganzen Entwicklung rund um den Hauptbahnhof muss man kein Prophet sein, um zu sagen, dass der 10. Bezirk in den kommenden 10, 20 Jahren sicher ein kommender Bezirk sein wird. Und dann genau solche Straßen – also der 10. Bezirk ist durch Studenten bis jetzt nur marginal geprägt – also da kommen natürlich schon Prozesse in Gang, die das ganze Gebiet – ich rede jetzt nicht gleich von Gentrifizierung – aber, die zumindest eine Dynamik, eine Diversifizierung in das ganze hier reinbringen, die letztlich auf die Geschäftsleute zurückwirkt, weil einfach eine andere Kaufkraft da ist, andere Branchen möglich sind und anderes Interesse. Aber da stehen wir hier eben am Beginn eines Prozesses, aber in einem früheren Stadium als in anderen Gebieten. Aber der zentrale Nutzen ist, um jetzt wieder auf die Frage zurück zu kommen, dass letztendlich das Rad am Laufen gehalten wird durch die Migranten. Wo ich sehr skeptisch bin, ob das ohne der Fall wäre.

120 I: Und wie ist das hier mit den Kunden? Ich weiß nicht, ob ihr da Einblick habt, aber ob es da auch viele einheimische Kunden gibt oder auch überhaupt, wie deren Wahrnehmung ist, was sie dazu sagen?

125 E2: Die nehmen es zu einem guten Teil nicht positiv war. Man darf da auch nicht zu scharf urteilen. Wenn man seit 60 Jahren hier lebt und alles, die ganze Lebensumgebung, die Menschen, die Geschäftsinfrastruktur, die Nutzung des Raumes einfach ganz anders sind, als es den Großteil des Lebens war, dann ist das für viele Leute jedenfalls nicht angenehm. Aber es gibt auch andere Beispiele. Es gibt auch hin und wieder ältere Favoritner, die sagen, endlich ist es wieder lebendiger hier, früher so fad. Aber gut, die Leute sagen natürlich, das ist eine Verramschung. Also, natürlich ist es keine qualitativ hochwertige Einkaufsstraße. Da brauchen wir nicht diskutieren. Aber es ist sozusagen für 130 ?, und damit ist es zielgruppengerecht, weil natürlich auch das Publikum nicht das kaufkraftstärkste ist. Es ist ein Bereich, wo sich Angebot und Nachfrage ganz gut treffen für den Moment, wo man gemeinsam sich weiterentwickeln kann, um das zumindest zu diversifizieren. Es ist jetzt auch nicht das Ziel, das alles schicker und teurer zu machen. Aber es soll jedenfalls breiter im Angebot und unterschiedlicher werden. Das kann man sicher als Ziel sehen. Für den Moment ist die Struktur, sowohl auf Angebots- als auch Nachfrageseite so, dass sich das auf einem ähnlichen Niveau einpendelt, auf einem einkommens-/kaufkraftmäßigen ziemlich niedrigen. Ist so. Und schon allein dieses Bild zu haben ist für die angestammten Österreicher sicher nicht positiv. Für viele. Abgesehen, dass da auch Hemmschwellen sind, in einen türkischen Fleischerladen reinzugehen, zu einem türkischen Friseur. Da gibts ganz klare ethnische Barrieren.

140 I: Also waren bei den Touren auch eher wenige Leute dabei, die dem ganzen eher negativ gegenüber eingestellt sind? Oder gar kein Interesse dafür zeigen?

145 E2: Das ist ja dann meistens so. Man erreicht in diesen Touren eh nur jene, die dem offener oder positiver gegenüber eingestellt sind. Das ist ein grundsätzliches Problem. Wirklich erreichen tut man die Leute, in dem man abklappert und durchgeht. Indem man mit den Geschäftsleuten redet, mit den Leuten auf der Straße redet. Da kriegt man dann schon das mehr in der Breite mit. Die Konsequenz ist eher das Resignative. So „das ist ja alles nix mehr“. Wenn man fragt, wir haben das gefragt „wie finden Sie die Quellenstraße, wie finden Sie die Atmosphäre? Was ist zu verbessern?“ Dann war so eine typische Antwort von österreichischen Geschäftsleuten: „Na, schauen Sie sich das an“. Als ob das völlig klar wäre. Ein Blick, und da braucht man gar nicht mehr drüber reden. „Es geht den Bach runter.“ Und bis man dann im Gespräch ein bisschen zum Argumentieren anfängt, „ok, es ist nicht alles schlecht.“ Es könnte auch ganz anders sein. Und wenn man dann gewisse Barrieren überwindet, vielleicht ist das nicht alles so negativ und vielleicht sind die Interessen viel ähnlicher als man glaubt. Das war z.B. ein Ergebnis von diesen Vernetzungstreffen. Dass sie total ähnlich sind. Z.B. das Sauberkeitsthema, das wird oft den türkischen Personen als Problem zugewiesen. Aber für die türkischen Kaufleute ist das genau so ein Problem, sie thematisieren genau das gleiche. Und so was zu Bewusstsein zu bringen, also, dass man erkennt, ok, es ist jetzt nicht völlig was anderes, sondern man zieht da eigentlich am gleichen Strang. Und daraus kann man dann was entwickeln.

I: Bei dem Vernetzungstreffen waren dann also sowohl österreichische als auch ausländische Kaufleute?

155

E2: Das war sehr gemischt, ja. Ich will es jetzt nicht zu scharf kategorisieren, aber in diesem kleinen Prozentsatz der kommt, das sind vielleicht 10 Prozent, sind dann schon gerade die migrantischen Unternehmer die, die da mit viel Engagement reingehen. Auch österreichische Unternehmer. Aber die resignative Stimmung ist eher bei den österreichischen Unternehmen. Natürlich, die sind da seit 40 Jahren und das Geschäft geht nicht mehr. Weil das Publikum nicht mehr da ist und weil die Struktur rundherum nicht mehr so ist wie vor 20, 30 Jahren. Und man ist dann 60 Jahre und was soll dann noch sein. Da will man halt dann noch irgendwie über die Runden kommen.

160

I: Ich würde ja auch gerne Interviews mit Unternehmen führen. Gibt es da ev. Ansprechpartner, Leute, die ihr kennt und eher Bereitschaft für ein Interview zeigen?

165

E2: Ja, machen wir das per Email. Also, was ich vielleicht vergessen habe zu sagen. Es gibt ja gerade auf migrantischer Seite, und das ist das spannende was passiert, Migranten sind ja nicht gleich Migranten, abgesehen davon, dass nicht alle Türken sind, wie der Eindruck vielleicht entsteht. Und auch die sind ganz unterschiedlich. Es gibt ja die, die vielleicht keinen Job finden und sich dann denken, „ok, jetzt mach ich mal einen Handyshop auf“, was selten gut geht. Aber da gibt es das Restaurant Arnes, das war ein traditionelles Wiener Wirthaus, das zugemacht hat (...) und wurde von Türken übernommen, die aber überhaupt nicht dem Klischee des türkischen Zuwanderers entsprechen, mit akademischen Hintergrund sind, die ein Cafe, ein Hotel gemacht haben, vielleicht ein bisschen zu vergleichen mit dem Kent im Brunnenviertel. Man darf die Vorbildfunktion innerhalb der Community nicht unterschätzen. Also, wenn da ein paar Player sind, die professioneller und mit mehr Knowhow an die Sache herangehen, färbt das schon auch auf die Community ab. Da müsstest du dich mit meiner Kollegin, die das Projekt leitet kurzschließen, dass sie dir mal Kontakte schickt. Die wären auf jeden Fall spannend, weil das aus diesem Klischee rausfällt.

170

175

I: Gibt es auf der Quellenstraße besondere Probleme für die Kaufleute? Also, stellt der lokale Kontext sie vor bestimmte Herausforderungen, die woanders vielleicht nicht gäbe?

180

E2: Ein Punkt ist sicher die Kaufkraft der ansässigen Bevölkerung, egal ob migrantisch oder nicht migrantisch. Ein anderer, das ist hier immer Thema, ist sicher die Parkplatzthematik, die insofern hier besonders ist, als es im 10. Bezirk kein Parkpickerl gibt und die Quellenstraße nicht als offizielle Einkaufsstraße wahrgenommen wird und daher es auch nicht diese Einkaufsstraßen Kurzparkzonen gibt. Das gibt es nur in wenigen kleinen Abschnitten. Und es wird schon stark gerade von migrantischen Unternehmern behauptet, ohne Auto geht kein Türke einkaufen, „weil wenn man für eine siebenköpfige Familie einkauft, fährt man nicht mit der Straßenbahn.“ Das mag schon sein irgendwie. Man muss halt ein bisschen aufpassen. Wie gesagt, es gibt Dinge die man leichter ändern kann und Dinge, schwerer. Das hängt weder von den Kaufleuten noch von uns ab, ob hier Kurzparkzonen oder Parkpickerl eingeführt werden oder nicht. Es ist eine Herausforderung, weil es hier auf jeden Fall für bestimmte Branchen schwierig ist. Es wird ja nicht als so ganz innerstädtisch wahrgenommen. Es ist was anderes z.B. im 7. Bezirk, da geht man nicht mit dem Auto einkaufen. Hier ist auch schon die Erwartung, dass man auch mit dem Auto einkaufen gehen können muss. Und das ist im Moment hier eine besondere Situation, weil z.B. der 12. Bezirk Parkpickerl hat, die inneren Bezirk sowieso und das ist ein grundsätzliches Problem des 10. Bezirks, dass es keine Parkplätze gibt, zu keiner Uhrzeit. Das ist für den Lieferverkehr ein Problem. Und, egal ob man jetzt ein Autoverfechter ist. Das ist schon ein Thema. Da kannst du jeden Fragen. Das wird von jedem kommen, das Problem. Und dann wird immer wieder die Sauberkeit angesprochen, im öffentlichen Raum. Ich glaub nicht, dass es hier ein besonderes Problem ist. Das ist hier aber auch ein durchgängiges Thema, bei allen, unabhängig von der ethnischen Zugehörigkeit. Aber da gibt es schon ein bisschen diese Kaufleute spezifische Sichtweise, wo ich jetzt nicht sicher bin, ob das hier speziell ist, oder einfach generell. Und ja, wenn ich jetzt an dieses Vernetzungstreffen zurück denke, war als drittes Thema, neben Sauberkeit und Autoverkehr also Parkplätze, war eben vor allem dieses – was gerade von migrantischen Unternehmen angesprochen wurde – war dieses Barrieredenken, dass es hier vielleicht noch nicht so normal ist – wie in anderen Vierteln wage ich jetzt auch nicht so fix zu sagen – dass man eben zum türkischen Friseur geht oder zum russischen Lebensmittelmarkt. Das sie schon sehr auf diesen ethnischen Markt ein bisschen – zwar wahrscheinlich nicht gewollt – angewiesen sind. Aber (...) da geht es auch um die Gestaltung der Auslagen. Wenn alles auf Türkisch angeschrieben ist, wird halt kaum ein Österreicher rein gehen. Und umgekehrt gibt es das aber genau so. Dass diese klassischen österreichischen Betriebe auch eine gewisse Distanz ausstrahlen auf andere Kunden. Das war auch ein klares Thema, dass diese Barrieren nicht sein sollten. Das man das bearbeiten sollte. Das mag in anderen Gebieten schon viel besser sein. Im Brunnenviertel oder auch anderen Gegenden, wo das nicht mehr so gedacht wird, einfach schon länger ist so ist, dass es viel normaler ist, dass es Geschäftsleute aus aller Welt sind. Das wird hier ein bisschen als Invasion empfunden.

185

190

195

200

I: Habt ihr Befragungen nur mit Kaufleuten, oder auch mit Passanten oder Bewohnern geführt?

205

E2: Strukturiert nur mit Kaufleuten. Der Hauptfokus sind die Kaufleute und nicht die Bewohner, das würde völlig den Rahmen sprengen. Der erste Schritt war der Gedanke, dass man mal überhaupt Fakten zusammenträgt. Wie geht es den Leuten hier, was sind die Probleme, was sind die Potentiale. Aber eben, diese Erhebung werde ich dir einfach mal schicken. Es ist halt eine unveröffentlichte Studie.

210

I: Vielleicht noch als Abschlussfrage: also, mal zuerst, wohnst du auch hier? (schüttelt den Kopf) Also, du hast „nur“ vom Arbeiten Einblick hier? Wie würdest du es hier beschreiben?

215

E2: Es ist extrem spannend hier zu arbeiten als Stadtplaner oder Stadterneuerer im weitesten Sinne. Weil ich einfach der Überzeugung bin, dass es einer der (...) also, man fühlt sich einfach mitten in einem Prozess, wo man nicht genau weiß, wo der hinget natürlich. Aber man ist so wirklich Teil eines Prozesses der hier gerade stattfindet. Ich merk jetzt schon – also ich wohne im 2. Bezirk – aber auch wenn man es mit dem 16. Bezirk oder Westgürtelbezirken, also Gegenden mit hohem Ausländeranteil, vergleicht, dass es hier schon irgendwie (...) also es ist so, es fehlt hier eine gewisse Breite. Ziemlich stark merke ich z.B. die Abwesenheit von höher gebildeten studentischen Bevölkerungsgruppen. Das ist spürbar, das merkt man an der Infrastruktur, die hier ist. Wenn wir hier Studenten haben die was machen und sie fragen, wo geht man hier was trinken, und das ist ein 200.000 Einwohnerbezirk, kann ich fast nur empfehlen U1, und überall sonst hin, hier schwierig. Außer man will sich wirklich in ganz erdige Lokale begeben. also das ist schon ein großer Unterschied zu anderen Teilen Wiens, die sonst in der Struktur her ähnlich sind. Aber eben, man muss kein Prophet sein, dass sich das in den nächsten Jahren schrittweise ändern wird. Und davon irgendwie Teil zu sein, ist total spannend. Es hat manchmal so eine gewisse Härte hier, weil es sehr dicht ist. Also, diese Kreuzung Reumannplatz, Quellenstraße, die Dichtheit an Leben, die ständig volle 6. Das ist auch anstrengend irgendwie. Die Bettler, die an der Quellenstraße sitzen. Das Angenehme, Ruhige, Friedliche ist hier nicht so das Ding. Aber das macht es auch sehr spannend. Und Ich kenne viele Leute, die sich von woanders (...) also z.B. eine Engländerin, die beruflich hierher gezogen ist. Die von Wien wenig gehalten hat und dann hab ich sie durch den 10. Bezirk geführt und dann sagt sie, „mah, jetzt, ja, das ist ihr Bezirk, das ist ja toll. Das hat so was Ursprüngliches, Authentisches.“ Das hat schon eine spezielle Atmosphäre. Der Bezirk hat eine starke Tradition als Arbeiterbezirk, sozialdemokratischer Bezirk und tut sich ein bisschen schwer dieses Tradition überzuführen, in das was es heute (...) oder ist dabei es überzuführen, was bedeutet es heute. Das sind andere Menschen, das sind andere Dynamiken. Ja, das ist eben im Lauf der gerade. Abgesehen davon, dass der primäre, der stärkste Impuls von der ganzen Entwicklung am Hauptbahnhof kommt. Das wird sich in 5 bis 10 Jahren zeigen, wie weit der Entwicklungsdruck, also der Aufwertungsdruck, auch problematisch ist oder wie weit das auch spannend ist, spannende Prozesse in Gang bringt. Das spürt man jetzt schon. Das Sonnwendviertel ist ja z.B. zum Teil schon besiedelt. Da kommt ein ganz anderer Input herein in den Bezirk. Da verändern sich

220

225

230

natürlich Nachbarschaften. Also ja, insofern ein cooler, spannender Bezirk, aber ich bin manchmal dann auch ganz froh, wieder in den friedlicheren 2. Bezirk zu fahren.

235 I: Wo es draußen ein bisschen ruhiger ist..

E2: Schon. Oder ja, weiß nicht, schwer zu sagen (... atmosphärisch schwer zu sagen. (???) mit der Gegenwart und mit dem was passiert keinen Frieden geschlossen hat. Hier zerren noch sehr unterschiedliche Kräfte an sehr unterschiedlichen Richtungen. Die einen, die was zurück haben wollen, was einfach verloren ist, die anderen die dazu kommen und ganz woanders sind. Es ist eine Art von Spannung, die glaub ich nicht

240 überall in Wien so ist. Und Spannung ist immer kreativ auch, letztenendes.

I: Gut, ich glaub, das waren eh meine Fragen. Außer du hast noch was, was du mir mitgeben willst?

E2: Wir können gerne in Kontakt bleiben. Ich würde eh vorschlagen, dass du noch mal eine Email schreibst, mit konkreten Fragen, Studie, 245 Kontaktpersonen, weil nicht, dass das sonst verloren geht. Vielleicht tauchen auch noch Dinge auf. Ich hab jetzt nur über die Quellenstraße gesprochen, weil das halt in Bezug auf migrantische Ökonomien primär das Projekt ist, was wir auch verfolgen, wo wir was sagen können.

**Interview Mitarbeiterinnen Gebietsbetreuung 16. Bezirk (E3/E4) – 26.9.2014, Dauer 1h 46Min**

I: Wie lange arbeiten Sie schon hier?

5 E3: Seit 2006.

I: Und was sind Ihre Tätigkeitsbereiche hier in der Gebietsbetreuung?

E3: Also ich habe mich in den letzten Jahren mit der Erdgeschosszone schwerpunktmäßig beschäftigt, das war zum einen die Neulerchenfelder  
10 Straße und ganz intensiv mit der Ottakringer Straße, mit der Balkanmeile. Das war ein Projekt, das über mehrere Jahre gegangen ist, weil sie  
einen wahnsinnig schlechten Ruf gehabt hat. Und an dieser Imagekorrektur haben wir mit dem "Reisebüro", einem temporären Projekt, das  
war sozusagen ein Kommunikationsvehikel und die Straße und ihre Qualitäten Richtung Politik, Richtung Bewohner, Richtung Stadtbewohner  
zu transportieren. Um einfach einen anderen Blick auf so eine migrationsgeprägte Straße zu bekommen. Weil dieser ganze Wandel von  
15 Zuwanderer, der die Stadt verändert, der wird ja sichtbar in der Erdgeschosszone, und das verunsichert zuerst einmal auch die Bewohner, wird  
Interesse auch zu erwecken. Und das ging von 2009 bis 2012. Jedes Jahr haben wir ein anderes Thema dann aufgegriffen. Es ist auch ein Buch  
darüber erschienen, 2011. Und dann die Neulerchenfelderstraße. Die hat von ihrer Qualität her ganz eine andere (...) ja, da ist Stillstand nach  
wie vor. Und das belassen wir auch jetzt, sag ich mal, vorerst mal so. Da müssen sich noch Rahmenbedingungen/ da sind einfach  
20 Rahmenbedingungen so, dass wir erkannt haben durch Analysen, dass da im Moment nichts geht in Wirklichkeit. Weil einfach die räumlichen  
Bedingungen so sind. Und das andere Projekt, dass noch im sogenannten Hippviertel, das ist ein Gründerzeitviertel zwischen Thaliastraße und  
Gablenzgasse. Es gibt da so ganz strenge Gründerzeitraster. Da haben wir jetzt in einem ehemaligen Gasthaus einen Raum für die  
Nachbarschaft eingerichtet, was so ein bisschen an dem zivilgesellschaftlichen Engagement der Bewohner ansetzt und die Bewohner einbringt  
mit ihren Fähigkeiten und das auch an andere weiter geben. Und wir bieten dort auch Rechtsberatung an. Das sind jetzt mal grob die  
Schwerpunkte momentan.

25

I: Und bei Ihnen?

E4: Und das Brunnenviertel. Das machen wir jetzt zusammen, dass wir jetzt das Brunnenviertel untersuchen, weil immer wieder vor allem von  
Studenten Anfragen kommen, wo es dann heißt, "ist das hier jetzt gentrifiziert und wie das jetzt eigentlich so ist". Durch das hat das dann  
30 irgendwie so eine Realität bekommen in so einem theoretischen Rahmen, dass die Gebietsbetreuung beschlossen hat, das jetzt auf eigene Faust  
mal zu untersuchen und zu schauen, wie es wirklich, also ein bisschen tiefer auch zu gehen, zu schauen, welche Prozesse hier wirklich ablaufen.  
Und da sind wir jetzt so mitten drinnen. Die erste Phase war im vergangenen Semester mit dem Soziologieinstitut von der TU zusammen. Da  
sind wir wirklich darauf gekommen, dass (?). Und dann habe ich noch ein Blocksanierungsgebiet, wo die Gebietsbetreuung beauftragt wurde  
vom Wohnfonds, das Gebiet zu screenen und zu schauen, wo es Potentiale gibt und dann Aufstockungen (?) möglich sind.

35

I: Sie, Frau Jettler, haben ja – da sie schon länger hier arbeiten – auch zeitlich gesehen, einen guten Einblick. Welche Veränderungen der lokalen  
Wirtschaftsstruktur konnten Sie in den letzten Jahren feststellen, v.a. in der Ottakringer Straße und Brunnengasse?

E3: Das erste, was mir auffällt – weniger von der Struktur – es ist vom qualitativen Angebot, also wie sich die migrantische Ökonomie jetzt  
40 präsentiert (...) also es ist mehr Design dahinter. Ich denke, das spricht auch dafür, dass sie versuchen, sich auch einer anderen Käuferschicht zu  
öffnen. Weil wir haben hier, in der Neulerchenfelderstraße z.B. das Akagündiz, Elektronik Akagündiz. Da kaufen alle ein. Und auch sonstige  
Geschäfte in der Ottakringer Straße, also die vom Styling her versuchen – also denk ich mal versuchen – eine andere Käuferschicht  
anzusprechen, also alle. Und zum anderen ist halt schon das Brunnenviertel, also die türkischen Geschäfte, die haben noch mehr zugenommen,  
45 seit ich da bin. Noch mehr Vorhanggeschäfte, Teppichgeschäfte, die aber sehr auf die türkische Community abzielen. Ich meine, ja, vielleicht  
so zum Scherz oder für irgendein Projekt, dass man mal einen Vorhang oder Teppich dort kauft. Und das ist uns auch aufgefallen bei der  
Untersuchung: so wie die türkische Ökonomie hier sichtbar ist, das stimmt eigentlich überhaupt nicht überein mit dem, wer anwesend ist im  
Viertel. Da gibts eine Diskrepanz. Weil ganz im Gegenteil, die türkische Bevölkerung hat eher abgenommen hier im Viertel, die sind in die  
Gemeindebauten gezogen. Was halt vermuten lässt, dass die Läden für einen größeren Einzugsbereich sind. Also, dass die ganz Wien  
versorgen.

50

I: Und gibt es da aktuelle Schätzungen hinsichtlich der Anteile, also z.B. welchen Anteil migrantische Kaufleute an allen Unternehmern haben  
und welche Nationalitäten?

E3: Ich habe es jetzt nicht im Kopf. Es gibt eine Untersuchung "Kunst macht Stadt", die haben das genauer dokumentiert. Da könnte man das  
55 heraus rechnen. In der Ottakringer Straße, das weiß ich es, da sind es 68 %. Aber jetzt im Brunnenviertel gesamt, weiß ich es jetzt nicht.

I: Und so schätzungsmäßig, in der Quellenstraße beispielsweise ist es sehr türkisch dominiert, aber hier gibt es ja viele Kroaten, Serben, usw.  
(...)

E3: Ja, das sind die Mehrheit dort. Also, die Ottakringer Straße, die ja das Brunnenviertel begrenzt, sag ich mal, die ist Ex-Jugoslawien  
60 dominiert. Es gibt dort Bosnier, genauso wie Serben und Kroaten hier. Und das Brunnenviertel selbst ist mehr türkisch. Aber auch in  
bestimmten Bereichen, nämlich Neulerchenfelderstraße und entlang des Brunnenmarktes und da aber nur bis zum Yppenplatz. Weil da sind  
dann sozusagen die Bobo-Lokale (Lachen). Und gerade so Richtung Gürtel, diese Teile, da sind noch einzelne türkische Geschäfte. Also sie  
haben quasi einen Cluster, man kann da eher von einem Cluster sprechen.

65

I: Und die österreichischen Geschäfte, hat man da Veränderungen bemerkt?

E3: Es sind weniger geworden. Also wir haben gestern oder vorgestern mit der Ula Schneider, mit der Initiatorin von SOHO in Ottakring  
70 gesprochen, die seit 1995 hier im Viertel ist. Und die sagt, "also, das Handwerk, also die traditionellen Geschäfte, die haben geschlossen und es  
gab keinen Nachfolger". Also die übliche Geschichte. Und Zuwanderer haben diese Geschäfte übernommen und dass die türkische  
Community – das sind keine homogene Gruppe – aber dass die ein sehr gutes Netzwerk haben und dass die diese Geschäfte übernehmen und  
ihr Business aufnehmen. Die sind da recht stark.

75

I: Und hinsichtlich der Branchen, kann man da was beobachten, ob sich das Branchenspektrum verändert?

E3: (...) Ich habe diese Branchen, also diese Veränderung branchenbezogen, das haben wir nicht untersucht. Das kann ich nur gefühlt sagen.  
Dass sich der Yppenplatz mit der Lokalszene verändert hat. Die Ula hat auch erzählt, wo heute der Wetter drinnen ist, da war noch eine

Wäscherei drinnen vor zehn Jahren. Also das hat sich schon verändert, also da die Gastronomie und entlang des Brunnenmarktes intensiver die türkischen Geschäfte. Aber das ist nur gefühlt, das weiß ich jetzt nicht im Detail.

80

E4: Und aus den Interviews von manchen Bachelorarbeiten, das bezieht sich glaub ich eigentlich nur auf die Marktstände, dass sich da das Angebot eigentlich nicht sehr verändert hat, sondern relativ gleich geblieben ist. Also, ich weiß nicht, wie wasserdicht die Meinung ist. Das ist wahrscheinlich die Meinung von einem Marktstandler, der befragt worden ist.

85

E3: Wobei, also rein bildlich, haben die Stände mit der Kleidung, mit den Fetzen eher zugenommen in den letzten Jahren am Brunnenmarkt, so wie es auch am Naschmarkt der Fall ist. Aber es hat so traditionelle Käsestände gegeben und die sind weiter geführt worden von türkischen Zuwanderern. Haben früher Österreicher gehabt und die haben an türkische Zuwanderer übergeben. Aber insofern hat sich die Struktur nicht verändert in gewissen Bereichen. Aber ich vermute, das kann das Marktamt besser beurteilen. Wir haben da nicht so Aufzeichnungen. Für die Ottakringer Straße haben wir das gemacht über die letzten, seit 2007. Sind wir immer wieder durchgelaufen und haben kartiert. Aber im

90

I: Und wie es mit Leerstand oder der Leerstandsentwicklung?

95

E3: Auch wieder, nur geschätzt. Der Grund, dass die Ula Schneider Ende der 90er Jahre SOHO ins Leben gerufen hat, war weil es so viel Leerstand gab. Und hat dieses zweiwöchige Kunstprojekt gemacht und da hat sich schon etwas verändert. Es gibt schon noch Leerstand, aber da hat sich vieles verändert. Aber ich habe leider keine handfesten Zahlen. Das kann man nur recherchieren. Die Wirtschaftskammer hat ja damals das Projekt unterstützt aufgrund des Leerstandes. Wie hoch damals der Leerstand war und dass man es vergleicht mit einer Kartierung von jetzt. Also, wenn man so durchgeht, sag ich jetzt als Gebietsbetreuung, es ist so minimal, dass man nicht das Gefühl hat, man muss da jetzt aktiv werden.

100

E4: War nicht einmal Thema, dass früher so viele Lokale als Lager genutzt werden, bei den Marktstandlern und dass das aber abgenommen hat wegen den neuen Ständen? Also, es war kein Leerstand, aber auch so ein totes Erdgeschoss. Dass es offenbar, ist weiß nicht mehr wer das gesagt hat (...)

105

E3: Hat das nicht der Eugen Otto gesagt, er verwaltet ein Haus und dass sich das schon von der Nachfrage zwar ändert. Also früher waren halt Erdgeschosslokale als Lager genutzt und heute gibt es einfach eine andere Nachfrage. Ich meine, er hat von der Grundsteingasse gesprochen. Das ist ja die Galeriemeile sozusagen. Und da gibts dann schon eine andere Nachfrage. Nach Galerien, nach Kunsträumen, etc. Also, da glaub ich einfach auch das Projekt SOHO in Ottakring, hat Nachfrageverschiebungen gemacht. Also es gibt ja nicht nur die migrantische Ökonomie sondern es gibt ja auch Kunst und Kultur, die in der Grundsteingasse vorwiegend konzentrierter sind als Cluster.

110

I: Und seit wann kann man das hier beobachten, dass vermehrt migrantische Kaufleute auftreten?

115

E3: Ich glaub, dass hat in den 90er Jahren begonnen. Ich bin noch nicht so lange da, aber was ich selber nachgelesen habe, ist einfach mit den einsetzenden Wirtschaftsstrukturwandel, in dem Arbeitsplätze verloren gegangen sind, sind auch gezwungen worden in die Selbstständigkeit und haben Geschäfte eröffnet. Also, das geht ziemlich Hand in Hand. Die viel darüber weiß, das ist die Regina Haberfellner. Und die war Anfang der 90er Jahre in das Gürtel EU-Projekt involviert mit dem ZSI. Und hat erstmals darauf aufmerksam gemacht, dass man wirklich Beratung braucht für die Zuwanderer, wenn die in die Selbstständigkeit gehen. Also, die kann da auch einiges sagen. Wobei ich höre immer wieder, dass sich von den Zuwanderern, von den Marktstandlern, auch die Strukturen – also die Herkünfte – verändern. Also mein Kollege, der schon seit 20 Jahren hier ist in der Gebietsbetreuung, der hat gesagt, ursprünglich waren sie tschechisch/böhmisch, dann sind sie türkisch geworden und jetzt kommen zu den türkischen Zuwanderern, sieht man auch vereinzelt jetzt, Inder, Pakistani. Die sind dann meist keine Gemüsehändler, sondern bieten Textilien an. Aber der Grünmarkt, Gemüse, ist schon eher in türkischer Hand. Und das Warenangebot, das hat man bis heute nicht in den Griff, dass es mehr Vielfalt gibt im Angebot. Das hat damit zu tun, dass es einen Lieferanten gibt vom Großgrünmarkt, der alle Stände beliefert. Gibts die einheitlich verseuchten Kohlrabi (Lachen). Nein, das ist jetzt übertrieben. Die Gebietsbetreuung, also die Melin Tunc, die früher Marktmanagerin war, mit türkischen Wurzeln, die hat sehr daran gearbeitet. Aber es ist ihr eben nicht gelungen aufgrund dieser Struktur des Großlieferanten.

125

E4: Und manchmal ist es auch so, dass manchen Marktstandlern mehrere Stände gehören. Ich glaub, es steht eh immer der Name angeschrieben. Das sieht man dann auch, ob die gleich heißen.

130

E3: Ja, das ist vielleicht ein guter Punkt auch. Denn man merkt schon bei den Zuwanderern, dass sie ihre Strategien entwickelt haben, sich hier selber zu verankern. Sie sind auch Hauseigentümer, sie verwalten die Häuser. Sie schauen, dass ihre Leute, Unternehmer mit türkischen Hintergrund, ins Erdgeschosslokal kommen. Sie sind da auch sehr erfolgreich. Sehr gut vernetzt, Netzwerke in die wir gar keinen Einblick haben.

135

I: Und was würden Sie so ganz allgemein sagen, welche Funktionen – in wirtschaftlicher und sozialer Hinsicht – leisten migrantische Kaufleute für den Stadtteil?

140

E3: Nahversorgung. Also, die Restaurants, der Bäcker, der rund um die Uhr offen hat, und auch am Wochenende, also sieben Tage in der Woche (...). Wenn man sich vorstellt, dass die Zuwanderer die Erdgeschosslokale damals im Wirtschaftswandel nicht übernommen hätten, würde das alles leer stehen. Wir wären ausschließlich von Hofer, Billa und Co versorgt. Ja, die bieten schon Vielfalt, auch im Stadtteil. Aufwertung.

145

E4: Ja, die Verena, die auch an der Studie mitarbeitet, hat auch gesagt – weil ihr Mann halt hier in dem Viertel aufgewachsen ist – dass das wirklich wie ausgestorben früher war. Dass die hier eigentlich erst das Leben hier ins Viertel gebracht haben, dass es so vielfältig und lebendig ist.

150

E3: Ich denke, da kommt schon auch noch mal der zweite Entwicklungsstrang, den es hier gab im Viertel, dass die Studenten, die hier immer gewohnt haben, weil es günstige Wohnungen geblieben sind, und auch Künstler und die halt auch von dieser Seite eine Veränderung im Stadtteil herbei geführt haben. Sprich, SOHO in Ottakring, dass ja dann eine Veränderung der Lokalszene mit sich gebracht hat. Also zwei Entwicklungen, die sich gut ergänzen, was halt glaub ich das Viertel ausmacht, das Lebendige. Weil ich selbst wohne seit Kurzem im 10. Bezirk. Dort fehlt das ein bisschen. Also, es ist zu einseitig. Da weiß man dann nicht genau, wo man andocken soll, weil immer nur Kebab essen. Also, da wünscht man sich schon ein Lokal, dass, ja, vielleicht ein bisschen bobo-mäßig ist (Lachen). Aber ich kann mich erinnern, oder was ich so nachgelesen haben von den Vorgängern von mir, die sich mit dem Viertel auseinander gesetzt haben, die haben sich immer bemüht, die Künstlerszene und die migrantische Ökonomie, dass sie die mehr zusammen bringen und dass es da mehr Synergien gibt. Das hat aber nicht

155 wirklich funktioniert. Scheint wirklich nur nebeneinander ganz gut zu funktionieren. Oder vielleicht kommen die Effekt erst später. Weil jetzt denke ich daran, was Sie anfangs gefragt haben, wegen Veränderungen: die nächste Generation ist schon besser ausgebildet und beobachtet auch, was machen die anderen. Und nehmen das dann vielleicht auch mehr auf. Das ist ein Prozess.

I: Und wie würden Sie die Vielfalt von den Branchen, von Produkten, und auch die Qualität beurteilen?

160

E3: Also, die migrantische türkische Ökonomie, es gibt eigentlich alles. Man kann zum Friseur, also Männer, Frauen und Kinder sind ja getrennt. Es gibt sehr sehr viele Friseure, weil – wie ich gelernt habe – dass ja türkische Männer regelmäßig zum Bart schneiden und Friseur und Kopfwäsche gehen. Ich glaube, die sind sehr gut besucht. Also, da vorne in der Ottakringer Straße, da ist immer was los. Ja, wie gesagt, es gibt die Textilien. Es gibt Kleidergeschäfte, Stoffgeschäfte, Möbelgeschäfte. Es gibt da weiter drüber, im ehemaligen Möbelviertel, das früher Designer Möbel – mir fällt es jetzt gerade nicht mehr ein, es war so was wie Tausch im 9. Bezirk – gabs hier auch so ein Design Möbel Geschäft. Das haben auch türkische Zuwanderer übernommen. Man kann eigentlich alles hier kaufen im Viertel. Aber es ist halt doch eher begrenzt auf türkische Zuwanderer, was einfach auch den Geschmack anbelangt. Überschneidungen gibts bei Lebensmittel und Restaurants, wie beim Kent, da geht jeder hin. Jung, alt, wurscht welcher Hintergrund. Manche sind halt wirklich auch die eigene Gruppe ausgerichtet. Wo sich dann halt manche, sich Bewohner dann auch mit dem Viertel weniger identifizieren können und sich verdrängt fühlen aus dem öffentlichen Raum. "Weil es gibt nur Kebap hier". Das kommt auch von Leuten, sag ich mal, die schon auch einen gewissen Bildungshintergrund haben und weltoffen sind und sich sogar als Weltbürger bezeichnen, die sich daran stoßen. Dann im eigenen Wohnviertel, dass ihnen das zu einseitig ist. Es braucht schon eine gute Mischung, wünschen sich mehr. Andererseits gibt es diese Cluster. Andererseits gibt es eigentlich für alle ein Angebot. Also, die bio haben wollen, haben am Wochenende den Bauernmarkt. Und auch von der Gastronomie.

175 I: Und so generell, was bekommt man von der Wohnbevölkerung mit in ihrer Einstellung gegenüber dieser Konzentration migrantischer Unternehmen?

E3: Also ich habe jetzt einen Dachbodenbewohner, der ist mir noch in guter Erinnerung. Der ist hergezogen, weil er Multikulti und die Vielfalt wollte. Ja, und der Dachboden ist halt günstiger als im 8. Bezirk. Und dann kam ein bisschen die Enttäuschung, dass es doch ein bisschen anstrengender ist als vielleicht im 8. Bezirk, weil einfach so viele unterschiedliche Menschen hier leben, womit er nicht gerechnet hat. Also, ich meine das Angebot aber auch von den Menschen, die hier leben. Also, dass er Spritzen gehabt hat im Haus. Dass er sich abends doch auch ein bisschen unsicher fühlt, weiß ich nicht, weil vom Gürtel andere Leute auch unterwegs sind. Da sind sich manche nicht so bewusst, dass sie da in einer Zone wohnen, die halt durchmischer ist, mit den unterschiedlichen Hintergründen, Lebensstilen, sozialen Schichten.

185 E4: Ich glaube auch, dass wirklich quer durch die Bank die Meinungen da (...) ich weiß nicht, wir haben Leute, die sich total daran stoßen oder sich selbst auch irgendwie gar nicht mehr wiederfinden in dem Angebot, was hier ist. Und dann gerade andere Geschäftsleute, also vor allem österreichische – also ich weiß das von einer Bachelorarbeit – also manche österreichische Geschäftsleute, die finden dass es aufgrund eben vor allem der türkischen Bevölkerung Preisdumping nach unten gibt. Und die das dann für sich schlecht, also, die mehr Aufwertung, mehr kaufkräftigere Kunden wünschen. Die da jetzt so die Gründe sehen. Ob es dann so ist, ist wieder was anderes. Aber halt auch eine Meinung. Dann schon auch welche, die genau deswegen auch hier her ziehen. Eben, eine Bachelorarbeit, ein Student hat gezielt Dachgeschossbewohner befragt. Und die waren doch eher positiv, also die haben gewusst worauf sie sich einlassen und haben das dann dementsprechend eher positiv gesehen. Sind extra wegen des Marktes und des Yppenplatzes hergezogen, wo eher Alteingesessene sagen, der Wandel ist zu stark, dass da also schon so viel Gastro ist und im Sommer auch so viel los ist am Brunnenmarkt. Dass ihnen das jetzt langsam zu viel wird. Also früher halt eine ruhige Gegend war und jetzt ein Ausgeviertel geworden ist auf der Ottakringer Straße. Ja, ich glaube, da kann man echt alles finden.

195

E3: Das ist das Schöne. Das ist die Qualität. Die Ottakringer Straße begrenzt ja das Brunnenviertel und da haben wir Bewohner, die unzufrieden sind mit der Entwicklung der Straße, dass es eben so zur Balkanmeile geworden ist, dass es so viele Balkanclubs und Kaffeehäuser gibt. Und die haben im Zuge der Umgestaltung, es gab ein Bürgerbeteiligungsverfahren, und die sind zusammen gekommen und haben eine Initiative gegründet, weil sie einfach andere Angebote auch in der Erdgeschosszone haben wollen, mit denen sie sich versorgt fühlen. Die heißen "Recycling Kosmos" und wollen, dass Nachhaltigkeits-Themen, Reparatur, Wiederverwertung auf die Straße bringen. Und die haben jetzt ein Lokal und haben auch schon ein paar Betriebe auch hier angesiedelt. Haben das jetzt selbst in die Hand genommen. Weil die sind seit 1986 hier, ich meine, sind auch Hausbesitzer. Und beobachten die Veränderung mit Sorge. Also sind mit dem nicht einverstanden, weil sie sich mit der Veränderung nicht mehr identifizieren können und jetzt selbst Hand anlegen. Also von unten nach oben, die Initiative.

205 I: Also auf der Ottakringer Straße sind, wenn man es jetzt branchenmäßig betrachtet, schon diese Clubs konzentrierter?

E3: Ja. Da ist schon die Gastro recht dominant. Aber das sind generell Veränderungen, wie sich Branchenstrukturen in Straßen jetzt abseits von Geschäftsstraßen 1. Ordnung entwickeln. Dass einfach die Gastronomie, die Kaffeehäuser zunimmt in diesen Straßen 2. und 3. Ordnung. Und der Handel zurück geht, gerade die Nahversorger, Lebensmittelgeschäfte, die Kleinen. Aber alles andere geht zurück und es boomt dann Dienstleistungen wie Friseure und Gastronomie. Weil ich habe mir in der oberen Ottakringer Straße auch die Veränderung in den Branchen angeschaut, zwischen 1997, 2007 und 2012. Und da zeigen sich diese Trends durchaus ab. Leider habe ich das nicht im Brunnenviertel so beobachtet, weil ich da erst später dazu gekommen bin.

215 I: Das ist eh auch schon so ein bisschen angesprochen worden, was ist Ihre Einschätzung zur Kundenstruktur migrantischer Geschäfte? Sie haben ja eh schon gemeint, viele Geschäfte sind ausgerichtet auf die eigene Community (...)

E3: Die in der Neulerchenfelderstraße (...) die kommen von ganz Wien. Also denke ich. Dass die von ganz Wien hier einkaufen von den Türken. Es ist so unterschiedlich. Also, in Stoffgeschäften habe ich selber schon eingekauft, wenn wir für ein Projekt etwas gebraucht haben. Ja, es gibt diese Geschirrgeschäfte, da besorgen wir auch immer wieder was. Oder privat habe ich auch schon eine Kuchenform dort gekauft. Also, da denke ich, es gibt schon immer wieder welche, die gemischer sind. Je nach Angebot, welches sie stellen.

225

E4: Zum Beispiel gibts ja auch etliche Brautmodengeschäfte, z.B. in der Thaliastraße. Und ich glaube, die sind wirklich ganz klar für Türken, weil die einfach (...) weil die Nachfrage ist halt genau nach diesen speziellen – ich denke da gibts ja verschiedene Abläufe, Rituale – Zubehör, alles was dazu gehört, das bekommt man da. Und das ist glaub ich schon genau darauf ausgerichtet.

230

E3: Genau in der Ottakringer Straße hat vor einem halben, dreiviertel Jahr ein Brautmodengeschäft eröffnet. Und das ist inszeniert, also mit riesigen Kristallustern (Lachen), es ist schon vom Design modern und es kommt schön langsam die Generation, wo es auch für andere wieder interessant ist. Weil ich meine, Maturaball gibt es nach wie vor und da braucht man vielleicht ein Abendkleid und das kriegt man da um 100 € und – ok, von der Stoffqualität her, ist wahrscheinlich 100% Polyester – aber was mal einmal anzieht. Die Schnitte sind nicht so schlecht. Ich meine, vielleicht eröffnet es sich da eh schon. Aber ich habe wie gesagt, wir haben das nicht untersucht. Im Generationenwechsel merkt man einfach, dass sie sich schon mehr auch öffnen. Und was, also noch mal zurück zum Aka Gündiz, dieses Elektrogeschäft, wo die einfach

punkten – das ist ein Familienbetrieb – ist Service. Weil wenn ich zum Mediamarkt gehe und ich kaufe eine Waschmaschine, dann muss ich mich um alles mögliche selber kümmern. Und die sagen, die liefern das um 16.00 Uhr, die Waschmaschine wird angeschlossen. Also, da gibt einfach noch das Service, was schon ein bisschen bei uns jetzt durch die alteingesessenen Geschäftsleute, die geschlossen haben, verloren gegangen ist. Und hin zu diesen großen Ketten. Und wo auch wieder auf Beratung gesetzt wird, wo auch einfach wieder mehr Kompetenz da ist, weil mir kommt vor in diesen Mediamärkten hat ja keiner mehr eine Ahnung von Waschmaschinen. Und das stellen die Migranten bereit oder die haben hier die Nische entdeckt. Das ist aufgegeben worden von den Alteingesessenen und sie haben das aufgegriffen. Und was man merkt auch, wenn man so durchgeht, dass sie einfach für die Familienmitglieder Jobs bereit stellen, dass sie Lehrlinge ausbilden, einfach Jobangebote auch bieten. Die sonst vielleicht am Arbeitsmarkt keinen Job finden würden. Weil es doch noch eine Generation gibt, die nicht so gut deutsch kann. Weil das Österreich erst so spät erkannt hat, dass sie da auch Angebot setzen müssen.

I: Und wie schätzen Sie die Bereitschaft der Unternehmer ein, dass sie sich für den Stadtteil einsetzen, für Verbesserungen, oder Initiativen ergreifen?

E3: Ja, diese Ressource müssen wir noch viel mehr nützen in der Stadtentwicklung. Also, da sind wir erst relativ am Anfang würde ich sagen. Ich meine, wir haben in der Ottakringer Straße, indem wir uns mit ihnen vernetzt haben und ein Stadtteilstfest veranstaltet haben, haben wir es schon aufgegriffen, aber man muss das einfach noch viel aktiver angehen.

I: Aber es hat also schon Zusammenarbeiten gegeben?

E3: Ja, ja. Und auch Unterstützung. Aka Gündiz zum Beispiel, der hat auch einen Internethandel. Und die Kühlschränke werden angeliefert oder werden abgeholt und am Gehsteig gestellt und die Leute fahren vorbei und holen halt das Zeug ab. Und ich meine, da werden natürlich keine Durchgangsbreiten mehr eingehalten. Und dann gabs Beschwerden, da vermitteln wir als Gebietsbetreuung, also zwischen Bezirk und den Gewerbebehörden und MA 46 und Polizei und versucht Lösungen zu finden. Die unterstützen wir schon.

I: Kommen die dann direkt zu euch?

E3: Ja, in dem Fall ja. Die sind direkt auf uns zugekommen.

I: Und was hat es sonst noch gegeben an Zusammenarbeiten?

E3: SOHO. Da waren die Stände, Marktstände und Geschäfte immer auch eingebunden. Was kann man noch als Zusammenarbeit (...) ? Naja, die ganze Ottakringer Straße ist ein Prozess, diese ganze Bewusstseinsarbeit Richtung Stadt. Erstens, dass wir die Ottakringer Straße für die Stadt, für die MA 28 interessant gemacht haben, dass da so viel investiert worden ist in den Umbau. Das ist unsere Vorarbeit. Die Potentiale und dass es sich lohnt hier zu investieren.

I: Sind da die Kaufleute eingebunden worden?

E3: Ja. Es gab einen Partizipationsprozess, auf den wollte ich eigentlich hinaus, dass die Stadt – die hat eine Diversitätsabteilung, die ja auch dafür zuständig ist, dass sie das Bewusstsein für die Diversität für die einzelnen Magistratsmitarbeiter schafft – Schulungen, Integrationskonzept usw. Aber wenn sie dann vor Ort arbeiten, dann greift das irgendwie nicht. Dann sind sie irgendwie an der Umsetzung und am Bewusstsein. Und wir haben diesen Partizipationsprozess gehabt, wo man sich einbringen konnte bei der Umgestaltung. Man hat einfach eine Postwurfsendung gemacht und das war es. Und entsprechend sind auch die Leute gekommen. Also, es waren die Alteingesessenen, die wissen, wie man sich äußert und sich einbringen können. Und vorher wurde noch einmal darauf hingewiesen, dass man das angehen muss in so einem migrationsgeprägten Stadtteil. Und wir haben dann noch mal während des Prozesses aufmerksam gemacht. Und dann hat man tatsächlich reagiert. Dass man Leute befragt hat, auf der Straße gezielt die Leute noch mal angesprochen hat mit Migrationshintergrund, welche Wünsche haben die an die Veränderung der Straße. Und auch mit der Wirtschaftskammer noch mal zu den Geschäftsleuten hin. Ganz gezielt, weil die sind gar nicht gewohnt, dass sie gefragt werden. Weil das einfach die Geschichte ist, wie sie aufgenommen worden sind. Und da war eigentlich unser Schwerpunkt in den letzten Jahren. Auch die Politik, alle, zu sensibilisieren für den Stadtteil, für diese Veränderungen an der Bewohnerstruktur.

E4: Und beim Brunnenmarkt hat es auch ein partizipatives Verfahren gegeben als der umgestaltet wurde. Das ist zwar jetzt lange vor meiner Zeit, aber, da weiß ich aber jetzt nicht, wie sehr migrantische Geschäftsleute miteingebunden wurden. Also auf jeden Fall die Marktstandler.

E3: Ja, ich war ja auch nicht dabei. Aber es war ein Riesenprozess und die haben so einen Sprecher gehabt. Und der hatte Migrationshintergrund. Aber man hat die breite Bevölkerung auch nicht erreicht. Das ist so und so immer schwierig. Aber so von der Ökonomie her, hat man schon geschaut, dass die auch vertreten sind.

I: Und weil Sie vorher gemeint haben, da gibt es noch ungenutzte Ressourcen. Gibts Ideen, wie man das machen könnte, die Geschäftsleute mehr in die Stadtentwicklung mit einzubeziehen?

E3: Wir haben es schon, wie in der Ottakringer Straße, versucht. Und es hat sich dann auch ein Einkaufsstraßenverein gegründet. Und einer davon hatte serbische Wurzel, war wahnsinnig engagiert, hat ein Reisebüro hier eröffnet. Nur, sein Büro ist nicht gut gegangen. Und der hatte das Netzwerk und hat die Leute ins Boot geholt. Nur er hat leider sein Geschäft wieder geschlossen. Und wenn wir einen der Etabliertesten hier in der Straße gesagt haben, er möge sich doch engagieren und mit uns zusammen arbeiten, der Sport Rado, der hat gesagt, er hat einfach nicht die Zeit. Weil er arbeitet 15 Stunden am Tag und auch am Wochenende. Sich da noch für den Stadtteil engagieren, das ist einfach nicht drinnen. Und so gehts vielen hier in der Straße. Weil sie wirklich einfach ganz hart arbeiten müssen, um Erfolg zu haben. Die einen mehr oder weniger. Und das muss man auch sehen. Er sagt, er arbeitet jetzt seit 15 Jahren so intensiv, und er ist wirklich ein Etablierter. Er stattet diverse Fußballmannschaften aus in Österreich und auch die Nationalmannschaft. Aber, das muss mal einmal sehen, der hat 15 Jahre hart daran gearbeitet. Und er kann auch nicht locker lassen. Und irgendwo, er hat den Kopf auch gar nicht. Und das kann man dann auch in unserem Buch nachlesen, da hört man dann schon immer wieder den Zwischenton heraus, "aber es sieht ja niemand, wie hart wir eigentlich an unserem Erfolg arbeiten und wir bekommen so wenig Anerkennung". Es schätzt eigentlich niemand. Und das ist auch wieder so unsere Arbeit in den letzten Jahren gewesen, das auch Richtung Politik, Bezirkspolitik zu vermitteln, was sie eigentlich an dieser Straße haben. Dass die Leute sehr hart arbeiten und Erol Yildiz sagt "die machen Integration auf eigene Rechnung". Sie haben wenig Unterstützung bekommen, sie haben sich ihren Job selber geschaffen und arbeiten hart daran. Und das muss mal einmal sehen und anerkennen. Und auch in dieser Haltung mit ihnen umgehen und sprechen. Dass man sie dann eben auch einlädt in diese Umgestaltungsprozesse. Und da ist einfach schon noch einiges zu tun. Ein Beispiel, wir haben dann gemerkt, dass beide Bezirke – es ist ja Bezirksgrenze – die haben dann schon die Haltung, "dass ist jetzt unsere Straße", Bezirksvorsteher beide. Und das ist auch gelebt, das spürt man. Aber dann kommt zu einer Ortsverhandlung eine Bezirkspolitiklerin,

310 die zwar die Integrationsbeauftragte ist, wegen der Warenausräumung eben zu Sport Rado. Weil er ist ja einer, der kann sich schon auf die Füße stellen und wehren. Und sie geht mit einer Haltung hinein, so, "wieso jetzt mit Warenausräumung, wie haben Sie das denn bisher gemacht?". So quasi mit der Unterstellung, bisher habe er es illegal gemacht, und wieso jetzt plötzlich das ganze legal. Weil sie hatten Differenzen, wo was aufgestellt wird, und die hat gesagt, "na, wie haben sie das denn bisher immer gemacht." Und das bringt die Leute auf die Palme. Dass man sofort annimmt, bisher haben sie es illegal gemacht. Und das ist so ein bisschen die Grundhaltung den Menschen ihnen gegenüber. Und das ist glaube ich von der Gebietsbetreuung der größte Beitrag, den wir leisten können, einfach diese Kommunikation und Sensibilisierung in allen Ebenen, Verwaltung, bis hinauf zur Stadtebene – ich meine Vassilakou hat sie ja – oder eben bis zum Bezirk. Das ist ein langer Prozess. Weil ja auch politisch wird ja – wenn man FPÖ etc. anhört – ganz was anderes vermittelt. Dann wird ja migrantisch schon mit kriminell gleich gesetzt. Und das war ja der Auslöser hier in der Straße, dass es tatsächlich eine Schießerei gegeben hat und zwei Überfälle. Und einmal ist glaube ich der Libro überfallen worden und einmal eine Messerstecherei. Und man hat daraus die gefährlichste Straße gemacht. Aber das waren Zeitabstände, ich weiß nicht von wie vielen Jahren. Der Wandel in der Erdgeschosszone ist dann so interpretiert worden.

320 I: Sehen Sie bestimmte Probleme, Hürden hier an diesem Standort, mit dem die Unternehmer konfrontiert sind? Dass es seitens der migrantischen Kaufleute auch auf den Standort bezogene Beschwerden gibt?

325 E4: Was ich noch weiß, dass die Provisionen zugenommen haben oder dass die Geschäfte teurer geworden sind. Und das ist nicht nur bei Wohnungen so, sondern auch bei Geschäftslokalen. Dass sie in kürzeren Zeitabständen befristet sind. Und ist das nicht so beim Brunnenmarkt, wenn man einen Stand haben will, dass man eine Ablöse zahlen muss? Wie gesagt, es gibt auch schon, da auch schon so ein Netzwerk hier da ist, ist es glaube ich eher leichter für den Start hier was aufzubauen.

330 E3: Was mir jetzt noch einfällt, was doch vielleicht ein bisschen zum Standort passt, was türkische Zuwanderer angeben, dass sie mit Sorge beobachten, dass es jetzt bulgarische und rumänische Zuwanderung gibt. Also (Lachen) „unterschichtige Zuwanderung“. Also das wird so gesehen, dass so der Standort verschlechtert wird.

335 I: Aber bulgarische und rumänische Zuwanderer, macht sich das dann nur in der Wohnbevölkerung bemerkbar oder haben die auch schon Geschäfte eröffnet?

E3: Nein, das ist relativ neu. Die kommen als Saisonarbeiter, zum Teil Betteln sie auch. Wir wissen es nicht genau.

E4: Mir wären noch keine bulgarischen Geschäfte ins Auge gestochen, auf die Art wie es türkische Geschäfte gibt. Aber sie sind einfach *da*. Schon irgendwie auch sichtbar.

340 E3: Also ich denke mir, vielleicht sehen sie es so, dass sie den Standort abwerten.

345 E4: Ja, das ist von den Kaufleuten natürlich die Sorge. Und generell die Bedingungen für die Kaufleute sind härter geworden, weil die Kaufkraft nicht so stark ist, wie sie offenbar irgendwann mal war. Wobei das steht dann im Widerspruch dazu, dass es hier früher total ausgestorben war sozusagen.

I: Und weil jetzt doch auch vielleicht eine andere soziale Schicht hier lebt.

350 E4: Ja, das war das worauf sich die Studenten alle so gestürzt haben in ihren Interviews, weil die haben gedacht, es wäre alles total gentrifiziert, weil es hier auch so viele Dachgeschossausbauten gibt. Und haben konkret auch gefragt, ob sich das Warenangebot nach oben hin auch verändert hat. Was eigentlich nicht der Fall war. Weil die Kaufleute selber sagen, dass sie diese Veränderung in der Bewohnerschaft eigentlich noch nicht spüren von der Nachfrage her. Außer eben das mit dem Bauernmarkt, da gibts das Bedürfnis, dass der öfters, dass der ausgeweitet wird. Und Hürden (...) ich glaube wirklich, weil das Netzwerk schon so stark ist – und wir haben mit der Ula Schneider gesprochen, die wohnt in einem Haus, was einen türkischen Eigentümer hat – sie hat zu uns gesagt, dass sie vermutet, dass er das Geschäftslokal gerne in türkischer Hand sieht. Also weil sie wohl mal selber mal an einen Freund vermitteln wollte und dann hat das nicht geklappt. Und dann war so die Vermutung, dass er lieber einen türkischen Geschäftsmann, eine türkische Geschäftsfrau haben will. Scheint eher leichter zu sein.

I: Das wäre dann eh meine nächste Frage. Welche Vorteile es hier gibt? Da gehört der Aspekt der Netzwerke sicherlich dazu.

360 E4: Dass hier natürlich dann wegen der bestehenden Strukturen eben Wien weit oder manchmal auch über die Stadtgrenzen hinaus, die Kunden dann auch herkommen. Weil es schon auch den Ruf als Türkenviertel hat und wenn man was Spezielles braucht, dann bekommt man es auch hier. Dann hat das einen großen Einzugsbereich von Kunden. Das ist sicher ein Standortvorteil.

365 E3: Die Konzentration des türkischen Angebots. (...) Was mir noch zur migrantischen Ökonomie jetzt einfällt, dass es so unterschiedliche, wie sagt man, Qualitäten gibt. Denn auf der einen Seite sind die Marktstände, die sag ich mal, auch ungelerten Leuten die Möglichkeit bieten, die Familie zu versorgen. Die andere beschäftigen können, die vielleicht gerade in der Stadt ankommen für Aushilfsdienste. Dann die, die die eigene Community versorgen, wie schon die angesprochenen Teppichgeschäfte oder Brautmoden. Und dann gibts aber, wie das Ando oder den türkischen Bäcker. Ando ist gekommen – der hat ja schon am Naschmarkt seine Lokale – und wie er gemerkt hat, dass hier etwas passiert im Viertel ist er gekommen und hat das Ando geöffnet. Dass es da einen Aufwertungsprozess, eine Veränderung gibt. Es gibt so unterschiedliche. Je nachdem, woher sie auch kommen aus ihren Herkunftsländern. Ich meine, ich nehme mal an, der vom Ando kommt aus Istanbul, eher aus der urbanen Gesellschaft, aus der gebildeteren. Sie sind auch nicht homogen, die migrantischen Gruppen.

375 E4: Ja, das war auch ein Punkt, den die Ula Schneider angesprochen hat, dass es sehr wohl auch politisch ist. Das gibts halt dann die Konservativeren, wo eben dann auch kein Alkohol ausgeschenkt wird. Oder (...)

E3: Ja, der Hürpaş, von der Supermarktkette Hürpaş, der hat in der Brunnengasse, ich glaube es ist eh neben dem Supermarkt, so ein oranges Gebäude, der hat eine türkische Pension und er beherbergt dort nur türkische Geschäftsleute oder Arbeiter, die keinen Alkohol trinken. Also die sind so von der Erdogan-Schiene.

380 E4: Und die anderen. Da gibts halt schon auch verschiedene Lager. Es ist jedenfalls überhaupt nicht homogen.

E3: Ja, es gibt ja auch von der Region her, die Aleviten, das sind ja die eher weltoffeneren, meistens auch gebildeteren, aus dem urbanen Raum.

385 I: In der Quellenstraße war beispielsweise auch ein Unternehmer bei einer Unternehmervereinigung, die schon auch religiös ausgerichtet ist. Gibts solche hier auch?

- 390 E3: Das wissen wir nicht. Ehrlich gesagt über diese Netzwerke wissen wir nichts. Was uns nur aufgefallen ist, dass es sehr schwierig ist, die Wirtschaftskammer hat das immer wieder versucht auch in der Ottakringer Straße und auch am Brunnenmarkt, die Unternehmer zu organisieren in ihrem Einkaufsstraßenvereinen oder Marktmanagement. Dass das nicht so leicht ist, weil die haben ihre eigenen Netzwerke. Und so die Vergabe von Geschäftslokalen, die organisieren sie sich selbst. Die haben ihre informellen Netzwerke und ihre eigenen Strategien und Kompetenzen entwickelt, das selber zu kontrollieren. Die verlassen sich da nicht auf die Österreicher.
- 395 E4: Stellenweise weil es andere Kriterien sind. Bei uns würde man jetzt als Geschäftsmann oder als Eigentümer nicht so darauf achten, ob der konservativ ist oder nicht. Es gibt ganz andere Werte, die da ganz dominant eine Rolle spielen. Das ist irgendwie parallel.
- E3: Ich denke mir halt, das teilt sich bei uns halt politisch. Also, der Wirtschaftsbund und der andere von der roten Partei. Also, der eine von der roten Partei und der andere von der schwarzen Partei, wo man sich organisiert. Und bei denen ist das ja eher religiös ausgerichtet.
- 400 E4: Da war ich in der Pezlgasse in so einem Problemhaus. Aber das sind jetzt so Geschichten, so Nachbarschaftsgeschichten. Dann heißt es bei dem Kaffeepartner, in der Lindauergerasse da gibts – aber das ist jetzt wieder Balkan – da geht das eine Lager hin. Und da gehen die anderen nicht Kaffee trinken, da trifft sich die eine Gruppe. Und die von dem anderen Lager treffen sich irgendwo an der Ottakringer Straße. Das gibts glaub ich irgendwie schon auch noch mal, diese Gruppen, über die viele gar nicht Bescheid wissen und das dann auch gar nicht berücksichtigen können.
- 405 E3: Ja eh. Dass Zuwanderung, dass man nicht davon ausgehen darf, dass sie homogen sind. Ich glaube, das war das erste, das ich gelernt habe, wie ich begonnen habe, mich damit auseinander zu setzen. Für mich war Ex-Jugoslawien so eine Gruppe und da habe ich noch das Bild der Gastarbeiter gehabt, weil ich so halt aufgewachsen bin. Und das stimmt ja überhaupt nicht in der Realität. Weil das sind ja nicht nur ungebildete Leute, Hilfsarbeitskräfte, ganz im Gegenteil. Und so ist es bei den Unternehmern auch. Und bei den Türken kommt noch einmal das Religiöse dazu, mit dem man sich auch noch beschäftigen muss. Ich kenne mich nicht aus, aber da gibts ja dann diese Milli Görüş Organisation und diese Atip und die Grauen Wölfe und was weiß ich. Wobei Milli Görüş ist in Österreich z.B. erlaubt, in Deutschland ist es verboten. Milli Görüş ist eine Organisation aus der Türkei, die aber hier das Leben auch quasi organisiert, für Religionsunterricht, für Kinderbetreuung sorgt, für Studentenwohnheim – weil wir haben eines in der Koppstraße.
- 410 I: Und bei den "Ex-Jugoslawen", gibts da Unternehmensvereine, von denen ihr wisst?
- 415 E3: Weiß ich nicht, wie sie informell organisiert sind. Aber die Wirtschaftskammer versucht halt jetzt, mir fällt nur auf, auf der Homepage, dass sie bei der Wirtschaftskammer versuchen, Leute mit Migrationshintergrund zu kriegen, auch in der politischen Arbeit. Der Wirtschaftsverband hat jetzt den Martin Juric von der Ottakringer Straße angeworben. Der einfach auch versucht, Mitglieder zu werben, damit sie sich auf diese Art und Weise organisieren im Dachverband Wirtschaftskammer.
- 420 I: Und aus Sicht der Gebietsbetreuung, in welche Richtung wäre eine Entwicklung der migrantischen Kaufleute hier erstrebenswert?
- E4: Von der Grundrichtung her ist es glaub ich eine gute Richtung, weil es sehr gemischt ist. Es ist zwar dieses Nebeneinander, was manche kritisieren. Aber vielleicht muss man das auch einfach so akzeptieren, dass es so ist.
- 425 E3: Wir sind ja Stadt. Und da ist Nebeneinander (...) weil das so romantische Miteinander, das ist eigentlich nicht Stadt.
- E4: Also, die Richtung, die es nimmt, ist grundsätzlich eine gute. Und das ist jetzt ein bisschen bei unserer Brunnenviertelstudie Überlegung, dass man eher schaut nach Parametern, wie die Stadt wächst und entsteht ein Druck auf den Immobilienmarkt. Und da weiß ich jetzt nicht so genau, wie das bei den Geschäften ist. Es ist anzunehmen, dass der Druck auch da steigt (?) und dass das eine Herausforderung wird und was man eigentlich machen kann ist eher, es so zu halten wie es ist, dass sich das einfach so entwickelt. Dass man Möglichkeitsräume schafft, die immer noch Veränderungen zulassen. Grundsätzlich ist das hier ein Ankunftsort, das ist es schon sehr lange. Und eigentlich ist es schon auch unser Bestreben, dass es diese Funktion auch in Zukunft bereitstellt. Nicht nur für Wohnungen, eben auch für Geschäftsleute.
- 430 E3: Ja, also ich denke, man sollte bestmöglich unterstützen, sensibilisieren, dass der Prozess voran schreiten kann. Man sieht ja, seitdem ich hier bin merkt man, wie ich es vorher angesprochen habe, dass die nächste Generation kommt, dass neue Angebote kommen. Also, es ist eh ein ständiger Veränderungsprozess, so dass die Angebote auch besser werden, sie sich mehr öffnen. Ich denke, es ist ganz gut so wie es ist. Ja, bis auf die Neulerchenfelder Straße haben wir nicht mit massenhaft Leerstand mehr zu kämpfen, dank der Zuwanderung.
- 440 I: Eine Frage zum Stadtteil allgemein. Wir würden Sie das Quartier hier, den Stadtteil beschreiben?
- E3: Mit den üblichen Worten: bunt, vielfältig. Ich meine, es ist von den Menschen, die hier leben, vielfältig. Von den Angeboten. Aber auch von den Räumen her ist es so unterschiedlich, weil es gibt diesen belebten Yppenplatz, sag ich mal, mit den Bobos. Es gibt den Brunnenmarkt. Aber wenn man dann einen Schritt in den nächsten Baublock, eine Gasse weiter, geht, ist es sehr sehr ruhig und beschaulich. Es gibt sehr viel Unterschiedliches. Man ist sehr gut angebunden an die Stadt. Die vielfältigen Menschen die hier leben. Dass es auf der einen Seite Kunst gibt, Künstler. Und – auch schon vorher angesprochen – man hat das Gefühl, man kann hier noch was ausprobieren. Es ist noch nicht alles definiert. Und das heißt, das Brunnenviertel befindet sich in einem sehr guten Stadium momentan, in einem sehr spannenden. Weil, wenn ich es vergleiche mit dem 7. Bezirk, so das Siebensternviertel diese Zone da, die ist schon fast ein bisschen langweilig. Da ist nichts mehr möglich. Da möchte ich gar nicht wohnen. Das ist so perfekt. Und diese Brüche, die es hier noch gibt, ja, auch die gestrandeten Leute, das gehört dazu zu einer Stadt. Das kann man hier alles ablesen, was eine Stadt ausmacht und bereitstellt.
- 450 E4: Überhaupt kaum gibts hier eigentlich Grünflächen, immer wieder ein Kritikpunkt von manchen Bewohnern oder auch gerade von den türkischen Geschäftsleuten, die anfangs hier gewohnt haben und weggezogen sind, also vor allem in die Gemeindebauten in den 22. Bezirk. Die geben oft als Grund an, weil es da grün ist. Und auch zwecks den Wohnungen zum günstigeren Preis. Also diese Sehnsucht gibt es schon auch von einigen, die mehr Grün haben möchten und hier nicht kriegen. Und ich sehe auch nicht die Möglichkeit wie. Also, vielleicht im Mikrobereich, im Innenhofbereich. Wir machen auch diese "Garteln ums Eck" Projekte. Und dass man auch auf kleinen Flächen versucht, eine Qualität zu schaffen, dass man die auch nutzen kann. Aber den großen Park wird es hier einfach nicht geben. Das sehen manche als Defizit. Aber das ist vielleicht auch zusammen mit diesen kleinen, günstigen Wohnungen, die es nach wie vor gibt, einer der Gründe, warum das hier immer noch ein Ankunftsort ist und einer der Gründe, warum das hier noch nicht total teuer ist. Also man kann das auch als Vorteil sehen.
- 460 I: Und Sie wohnen jetzt im 10. Bezirk?

E3: Ja, seit kurzem. Vom 4. in den 10. Habe nahe der TU gewohnt und jetzt im 10. Große Umstellung. Ich schaffe das auch zwischendurch so richtig zu motzen. (Lachen) "Geht mir alles auf die Nerven und so viele Leute und man kann nicht gescheit einkaufen, weil es so dicht ist".  
465 Aber es hat schon auch seine (...) Ja, man muss hart daran arbeiten, aber wird schon.

I: Und das Zusammenleben hier im Stadtteil, wie würden Sie das beschreiben, also zwischen Alteingesessenen und Migranten? Gibt es da Konflikte?

470 E3: So viel haben wir gar nicht mit bekommen in den letzten Jahren. Das ist ja auch ein Grund jetzt für das Weiterverfolgen mit der Studie zum Brunnenviertel. Weil bei den Untersuchungen von den Studenten, bei den Bachelorarbeiten, hat sich herausgestellt, dass es schon unterschiedliche Konfliktlinien hier gibt im Viertel. Weil die haben nur darauf geschaut, oder sind dort hingestoßen worden, d.h. die Bettlergestalten, die ökonomisch nicht so gut Ausgestatteten zu verdrängen aus dem öffentlichen Raum. Aber dass es schon Konfliktlinien  
475 auch gibt zwischen PensionistInnen, die schon sehr lange hier sind und in der ersten Abwanderungswelle zurück geblieben sind, also so 70er, 80er Jahre, wo so die ersten Abwanderungen an den Rand der Stadt eingesetzt haben. Die sind zurück geblieben. Und die türkischen Zuwanderer sind gekommen und haben halt die Wohnungen in den Häusern besetzt und den öffentlichen Raum. Dass sie sich nicht mehr so identifizieren können mit dem Viertel. Und dass wir darauf bisher gar nicht so geschaut haben. Da gibts noch viele andere. Eben schon die angesprochenen zwischen Türken und den neuen Zuwanderern aus Bulgarien und Rumänien. Und mit dem Nachfolgeprojekt, mit der Studie die wir jetzt machen, wollen wir auch Instrumente finden, wie wir das besser und schneller erfassen können. Weil wir einfach mehr Bescheid  
480 wissen, was in dem Viertel passiert, im sozialen Raum. Aber ich glaube, also so gefühlt, dramatisch ist es jetzt nicht. Die Gesa Witthöft hat einmal gesagt, sie hat so das Gefühl, man merkt so richtig in dem Viertel, was hier schon aufgearbeitet worden ist durch diesen langen langen Prozess, der ja seit Ende der 90er Jahre geht. Und so viel kommuniziert auch worden ist über diese Zuwandererviertel, dass man das auch richtig atmosphärisch spürt. Also, ich nehme mal an, dass es nicht dramatisch ist. Also, wenn man es vergleicht mit anderen Vierteln in Wien.

485 E4: Also die Verbitterten gibts schon auch. Da kriegt man immer wieder mal so Anrufe, wo man eigentlich gar nicht zuhören kann, wirklich schlimm. Teilweise sind die halt einfach frustriert und man merkt aber auch, dass sie sich plötzlich allein gelassen fühlen. Klingt dann halt furchtbar, total ausländerfeindlich im Prinzip. Aber eigentlich merkt man, dass es aus dem entsteht, dass sie sich nicht mehr identifizieren können mit der Nachbarschaft. Oder sogar das Haus selber, sich die Bewohnerschaft so stark verändert, dass sie eigentlich keinen mehr haben. Oder dass ihnen selber die Netze weg brechen. Und das muss man auch ernst nehmen. Kommt auch vor.

490 E3: Ja, das ist ein bisschen in den einem Interview, in dem Haus in der Payergasse, heraus gekommen. Und wir haben gesagt, hätten wir das schon vor Jahren gewusst, dass sich eine Frau da ein bisschen unwohl fühlt, dann hätten wir schon gezielter Angebote gesetzt. Zum Beispiel gabs da bei SOHO in Ottakring dieses erste Garteln, also diesen Nachbarschaftsgarten im Huberpark. Ich glaube, das war so ziemlich der erste in Wien. Dann hätte man diese Zielgruppe wirklich ganz bewusst, konkret angesprochen und hier dieses Gärtnerangebot gesetzt. Um das ein bisschen abzufangen. Und vielleicht neue Netzwerke aufzubauen.  
495

E4: Aber das ist jetzt eigentlich gerade in Entwicklung. Das ist unsere Arbeit herauszufinden, welche Instrumente sich anbieten würden für uns. Nachdem man gescreent hat und weiß, wie man damit umgehen kann.

500 E3: Ja, beziehungsweise denke ich auch, wir sind ja gut vernetzt. Es gibt ja viele Kooperationspartner. Und wenn wir wissen, da gibts dieses Konfliktpotential, dann können wir uns auch wieder mit anderen Institutionen kurz schließen. Da können wir gemeinsam Angebote setzen. Aber am wichtigsten ist einmal zu wissen, was passiert hier eigentlich in dem Viertel. Weil eine reine Statistik sagt dir ja noch nix. Und was anderes im sozialen Raum aufzuspüren ist einfach sehr aufwendig. Da haben wir jetzt Diskussionsrunden mit Experten, die hier da besser vorgehen können. Bzw. auch in Richtung unsere Auftraggeber das zu kommunizieren, dass wir da einfach auch andere Daten brauchen, um gezielter arbeiten zu können. Und das ist nicht alles im Auftrag drinnen. Also, es ist nicht, dass wir nicht wollen, sondern uns fehlt auch die  
505 Zeit. Oder vielleicht gibts neue Zusammenarbeiten. Also diese Studentenarbeiten waren schon sehr hilfreich. Die haben wirklich ein anderes Bild eröffnet auf das Viertel, die haben das mit anderen Augen gesehen zum Teil. Es waren so sechs, acht Bachelorarbeiten und alle haben ein paar Interviews geführt. Alle zwar zu unterschiedlichen Themen, aber so in Summe hat es dann doch ein ganz gutes Bild ergeben.

510 I: Und was gibt es da für andere Institutionen, die Sie als Kooperationspartner in Betracht ziehen?

E3: Zum Beispiel die Brunnenpassage der Caritas. Ich meine, es kommt jetzt auf die Zielgruppe an. Die Caritas hat auch dieses Mädchenzentrum PEPPA. Muss man sich dann konkreter anschauen. Was gibt es noch vor Ort? Es gibt ja auch diesen Konflikt im öffentlichen Raum. Ich meine jetzt diese Konflikte mit den Gastronomen und den Obdachlosen am Yppenplatz. Da gibts einfach Konflikte,  
515 weil sich die ganz nahe an den Gastgärten aufhalten, aber nicht nur aufhalten. Sie gehen dann auch zu den Gästen und trinken die Getränke aus und essen vom Teller. Das ist glaube ich das Psychosoziale Beratungszentrum am Gürtel. Das Josi. Aber da suchen wir dann auch die Kooperation. Das ist so ein offensichtlicher Konflikt. Aber da suchen wir dann auch die Zusammenarbeit.

E4: Das sind drei oder vier Einzelpersonen und dass sind noch nicht mal obdachlose Menschen, sondern das sind psychisch Kranke, die noch mal von woanders herkommen. Das ist jetzt wirklich ein besonderer Fall.  
520

E3: Ja. Das ist halt jetzt sehr plakativ, aber da suchen wir dann die Zusammenarbeit mit dem Psychosozialen Dienst und mit anderen Sozialarbeiter Einrichtungen.

525 E4: Genau, da gibts dann hier die Runden, die von unserem Chef Kurt Smetana moderiert werden. Das ist dann halt auch das Engagement, dass man das gemeinsam angeht. Und nicht nur der eine sagt, also z.B. die Lokalbetreiber sagen, "die Zone muss jetzt irgendwie gesperrt werden für alle die nicht konsumieren". Also dass man da gemeinsam Lösungen findet. Da gibts wahrscheinlich, von Bezirk zu Bezirk verschiedene Initiativen.

530 E3: Ich denke, da müsste man dann mehr Kooperation mit der Brunnenpassage. Vielleicht kann man dieses alte Tanzcafé wieder dort aufleben lassen. Keine Ahnung. Mal in Kontakt treten, mit denen reden, das könnte man gemeinsam machen. Dann mit verschiedenen Pensionistenvereinen, um dann die Leute gezielt zu erreichen. Das hängt dann immer von der Zielgruppe ab.

E4: Weil das neue Lokal in der Herbststraße versucht jetzt auch gezielt Angebote neue Leute zu erreichen. Heute wird gekocht, ein anderes Mal wird gemeinsam genäht. Das ist eigentlich recht flexibel.  
535

E3: An so eine Zielgruppe haben wir eigentlich gar nicht gedacht. Also, wir bieten kochen an, um mit den Leuten in Kontakt zu kommen. Und es hat sich in den Wochen gezeigt, dass es auch Männer gibt, die alleine leben und endlich kochen lernen wollen. Also, an diese Zielgruppe hatten wir noch gar nicht gedacht. Dass es dann auch diese Art von emanzipatorischem Projekt wird. Und durch das Nähen hat sich so eine

540 türkische Frauengruppe gefunden. Also momentan noch homogen. Aber die sind mit einer Begeisterung und Übereifer dabei da gemeinsam  
nähen zu lernen und raus aus ihren Wohnungen. Es gibt ja immer noch den Heiratsmarkt in der Türkei. Türkische Männer in Österreich  
fahren in die Türkei und heiraten dort und bringen dann ihre Frau nach Österreich. Und die sind dann auf ihre Wohnungen reduziert und auf  
ihre Familien und haben keine Kontakte nach außen. Nähen bietet die Möglichkeit nach außen zu gehen, auch wenn sie kaum deutsch  
sprechen. Zum Teil sprechen sie auch schon ganz gut deutsch. Aber durch Reden und Kontakte und mit MultiplikatorInnen reden kommt man  
545 dann auf die Projekte, also zur Entwicklungsarbeit. Vieles ausprobieren, oft scheitern. Und jetzt werden wir schauen, wer heute um 17.00 Uhr  
zum Kochen kommt. Welchen Bedarf es gibt beim Kochen. Also, eine von den türkischen Damen hat gemeint, "ja, sie möchte es lernen,  
Topfenkuchen, Topfenstrudel machen." Es sind ja momentan, sind sie unter sich. Aber übers Kochen kann dann sein, ja, dass ein ältere Dame  
das Strudelteig ziehen kann und das vermittelt. So tritt man in Kontakt, in Interaktion. So entsteht dann Austausch. Ja, aber da arbeiten wir  
noch daran. Aber diese Angebote, die wir jetzt in der Herbststraße setzen, das gab es im Brunnenviertel sehr viel durch SOHO in Ottakring.  
550 Weil die ja Kunst im öffentlich Raum gemacht haben über 10 Jahre und da gabs genau diese Angebote auch. Waren nur immer zeitlich  
beschränkt aber die Bewohner sind gewohnt, doch in Beziehung zu treten. Die unterschiedlichen Herkünfte.

I: Ok, weil ich habe mir gedacht, dass die Projekte im Rahmen von SOHO doch eher von der Zielgruppe her einseitig ausgerichtet.

555 E3: Aber sie haben doch immer so eine Nebeneffekt. Die Leute bewegen sich ja dann doch durchs Viertel und sie beobachten und sehen. Und  
wenn sie vielleicht noch nicht aktiv teilnehmen, sind es immer so indirekte Effekte. Was ich annehme, dass es die Atmosphäre einfach  
verändert. Oder einfach etwas tun im öffentlichen Raum. In diesen Pflanztrögen in der Ottakringer Straße hat eine türkische Familie Petersilie  
angebaut. (Lachen) Das hat jemand beobachtet und hat nachgefragt. Das ergibt dann einfach Kommunikation. Das ist schon nett. Aber das so  
gemacht und getan wird, ich meine, das ist jetzt weit hergeholt, aber ich glaube das entsteht schon auch aus der Beobachtung, dass das schon  
560 mal irgendwo gesehen worden ist, dass man da auch mal was anpflanzen kann. Vielleicht ist es in dem Fall weit hergeholt, aber irgendwie (...)  
wenn es da so Kunstprojekte gibt, wo was anderes passiert, kommt man dann glaub ich auch leichter auf andere Ideen. Worüber sich dann  
wieder Kommunikation ergibt in weiterer Folge. Also, wie sich in einem langen Prozess Veränderung im Stadtviertel vollziehen kann. Und  
Kunst spielt da eine wesentliche Rolle, als Kunst im sozialen Raum. Weil auch wir uns in unserer Arbeit auch Anregungen aus Kunst im  
Freiraum, man wird auch beeinflusst und setzt die Maßnahmen in dieses Richtung. Weil man da besser Leute erreicht durch Ungewohntes.  
565

I: Also, meine Fragen wären das soweit. Vielen Dank.

**Interview Vertreter Club International, Brunnenviertel (E5) – 11.10.2014, Dauer 44Min**

I: Wem gehört das Lokal eigentlich jetzt?

5 E5: Wir sind ein Verein, ich bin im Vereinsvorstand. Und das Lokal gehört dem Verein, also wird vom Verein betrieben. Wobei ich Eigentümer der Räume bin, im Laufe der Zeit geworden bin. Ursprünglich war ich nur Mieter und dann habe ich die Räume gekauft.

I: Den Verein haben Sie gegründet?

10 E5: Ja.

I: Wann war das?

E5: Ich glaube das war vor 32 Jahren, aber weiß es jetzt nicht einmal sicher.

15

I: Mit der Vereinsgründung wurde dann auch das Café eröffnet?

E5: Den Verein hat es schon vorher gegeben. Ich habe ursprünglich angefangen Mieter in Wohnungsangelegenheiten zu vertreten und habe zu dem Zweck einen Verein gegründet, weil als Verein darf man das. Sonst darf man das nur als Anwalt. Und dann, ja, es hat schon den  
20 Hintergedanken gegeben, das irgendwie zum Beruf zu machen. Nach kurzer Zeit habe ich es dann tatsächlich so gemacht mit meiner damaligen Frau. War so gedacht, sie führt das Café und ich mache die Mietrechtsberatung. Dann haben wir zwei Jahre lang gearbeitet. Da hat es dann einen Prozess gegeben wegen dem Haus, ein Zehntel der Eigentümer, ein Eigentümer, der war nicht einverstanden damit. Haben da gegeneinander prozessiert und wir waren aufgehalten mit dem Ausbau, weil er uns mit einer Räumungsklage bedroht hat. Du kannst ja nicht in ein Lokal investieren, wo du dann vielleicht morgen rausfliegst. Daher hat das dann länger gedauert und wie das bei Häuslbauern so ist, kaum  
25 ist das Haus fertig, lassen sie sich scheiden. So war das auch bei uns. Bis wir das Lokal und die Schulden alles beglichen haben, weil es ist ja alles mit Kredit gebaut gewesen. Aber es ist gut gegangen wie man sieht.

I: Und jetzt, was bieten Sie alles an als Verein?

30 E5: Die Mietrechtsberatung nicht mehr. Aber statt dessen Sprachkurse, Deutschkurse. Diese verpflichtenden Deutsch- und Integrationskurse. Oder wir machen Vorbereitungen für die Prüfungen, die die Leute brauchen für die Staatsbürgerschaft. Und wir haben eine kleinere Anzahl von Zimmern, die wir vermieten an Zuwanderer und Studenten. Das sind die jetzigen Vereinstätigkeiten.

I: Die Kurse werden vor allem von den Leuten hier aus der Umgebung in Anspruch genommen oder aus ganz Wien?

35

E5: Aus ganz Wien. Wir machen auch sehr viele Prüfungen auch nur für Leute, die das Wissen schon haben aber nur die Zeugnisse brauchen. Und da finden wir übers Internet unsere Interessenten und ja, die Kurse werden schon hauptsächlich von Leuten – nicht in der unmittelbaren – Umgebung, aber es gibt genug Sprachschulen. Also, man kann es sich aussuchen, dass man eine nimmt, die gut erreichbar ist. Also, es ist da eine ziemliches Gedränge auf diesem Markt inzwischen. Also zum Beispiel nur, Institut Germanica – wird zwar von lauter Jugos geleitet, aber  
40 nennen sich Institut Germanica – stehen am vorigen Samstag direkt vor unserer Eingangstür mit einem Informationstisch und machen Werbung. Also, das ist ein ziemlich umkämpfter Markt. Ich haben ihnen dann gesagt, sie sollen sich überlegen, ob sie den Krieg wirklich haben wollen, weil ich stehe dann halt auch in Zukunft vor ihrer Eingangstür. Und zwar nicht nur am Samstag, sondern jeden Tag und erzähle, wie toll unsere Sprachschule ist (Lachen).

45 I: Und das hat sie überzeugt?

E5: Ja, dann haben sie gesagt, ok, wir lassen es. Ursprünglich war das ein Bereich, wo Leute engagiert waren, denen das ein Anliegen war. Das Wort Ausländerintegration hat es noch nicht gegeben. Es waren Leute, die das Gefühl gehabt haben, "das sind irgendwie vernachlässigte Gruppen – sozial, politisch, alles – denen sollte man irgendwie behilflich sein." Und mittlerweile gibt es Förderungen, Subventionen und da  
50 drängen sich alle herein, die Geld brauchen und sonst keinen Job finden. Die machen jetzt Ausländerintegration.

I: Warum habt ihr diesen Standort für den Verein und das Café gewählt?

E5: Naja, weil hier die Ausländer sind (Lachen). Wir sind ja nicht so deppert wie die Stadt Wien, die den Wiener Integrationsfonds gegründet hat und dann hinter dem Rathaus in ein Amtsgebäude die Leute einquartiert hat. Und als nächstes dann in der Mariahilfer Straße im 1.Stock oben, wo die Leute nicht hinfinden, sich gar nicht rein trauen. Und wir haben uns gedacht, hier sind die Ausländer, hier machen wir ein Kaffeehaus als Anlaufstelle. In ein Kaffeehaus trauen sie sich rein und da erzählen sie mir an der Bar, welche Wohnungsprobleme sie haben. Und dann habe ich gesagt "ok, komm nach hinten. Setzen wir uns da an den Tisch, erzähl mir das genauer." Und eine Kopierer haben wir ziemlich bald besorgt und haben die Unterlagen kopiert und dann mit einer Vollmacht unterschreiben lassen, dass wir die Leute vertreten  
60 können. Das hat sich als sehr gut erwiesen. "Niederschwellige Beratungseinrichtung" heißt das mittlerweile soziologisch. Eine ähnliche Situation haben wir jetzt. Jetzt auf einmal werden sie alle hysterisch, "was die Leute in den Moscheen Schreckliches hören". Ich meine, *wir* wissen das seit 20 Jahren. Weil wir die Menschen, die aus den Moscheen kommen über das AMS in unseren AMS Kursen gehabt haben. Und da haben wir gehört, was für einen Schrott die in den Kopf gepflanzt bekommen: von der Überlegenheit der muslimischen Kultur und dass man am Freitag unbedingt frei haben muss und dass die Frauen mit Kopftuch gehen müssen, weil sonst wachsen ihnen die Schlangen im Kopf.  
65 Erzählt der Imam. Naja, die Politiker machen ihre Arbeit nicht. Sie gehen nicht zu den Menschen und reden. Sie lassen über spitzbärtige, türkischstämmige Soziologen – du wirst wissen, wen ich meine, wenn du dich damit beschäftigt hast – die Objekte ihrer Vertretungsbemühungen erforschen. Sie brauchen nur da am Brunnenmarkt spazieren gehen und mit den Leuten reden, dann hätten sie vor 20 Jahren schon gewusst, dass es eine Gefahr ist, was die Leute in den Moscheen hören. Dass da eine völlig andere Welt existiert und dass die Leute aufgehetzt werden gegen das Land, in dem sie leben. Da tuen sie jetzt so überrascht, nur weil es da den depperten islamischen Staat gibt.  
70 Der kein Staat ist, das ist eine Bande, die die Waffen der Amis erbeutet haben, die die dort in rauen Mengen zurück gelassen haben.

I: Ganz was anderes jetzt. Wie hat sich Ihrer Meinung nach das Viertel hier verändert?

E5: Es hat sich verändert zum Beispiel der Yppenplatz. Der Yppenplatz ist ja als Platz, wie er heute in Erscheinung tritt, entstanden dadurch, dass die Bürgerinitiative - "Forum Yppenplatz" haben wir sie genannt - die Verbauung verhindert hat. Die Stadt Wien wollte ein etwa achtstöckiges Gebäude herstellen. Unten Tiefgarage, dann so zweigeschossige Markthalle, oben sechsgeschossig Wohnen. So wie der Meiselmart. Wenn du dir den anschaust, dann weißt du, wie schrecklich das geworden wäre. Und wir haben gesagt, "das geht nicht. Wenn ich

da aus meinem Café raus schaue, sehe ich den Himmel nicht mehr. Da muss man was machen dagegen." Und wir haben mit einer Bürgerinitiative begonnen. Und was gut war, wir waren halt immer da und haben schön mitverfolgen können, wenn irgendjemand mit einem Geldpackerl herum gelaufen ist und versucht hat, die Großhändler, die da ihre Gemüsegroßhandelsstände betrieben haben, abzulösen. Dann habe ich gesagt, "kommts herein. Redets und schauts, dass gemeinsam handels." Und das haben sie dann tatsächlich gemacht und sie haben gesagt, wenn der letzte "Ja" sagt, geht der erste weg. Und auf so einen Konflikt wollte sich die Stadt nicht einlassen und gesagt "ok, lassen wir das mit dem Haus. Überlegen wir, was wir stattdessen machen könnten." Dort, wo jetzt der freie Platz ist mit den Bäumen, da waren ja auch so lang gestreckte Hallen, die sind dann weggerissen worden. Und die Mieter haben andere Plätze bekommen. Und so ist der Platz entstanden.

85 Und natürlich, wenn ein Viertel attraktiver wird, dann wird es teurer. Die Hauseigentümer tun nichts dafür, aber freuen sich darüber, weil sie höhere Mieten verlangen können. Oder höhere Preise, weil die Mietwohnungen sind zu Eigentumswohnungen umgewandelt worden. Dachböden werden ausgebaut und es ziehen neue Menschen her. Vor 30 Jahren, als ich das Café aufgemacht habe, war ich überrascht, wie tolerant die Leute hier sind. Ich habe zehn Jahre vorher, das America Latina aufgemacht, das erste südamerikanische Lokal in einem bürgerlichen Viertel, Mollardgasse, 6. Bezirk. Und da habe ich über mir Beamte und Hofratswitwen gehabt, die also wirklich genau gewusst haben, mit welchen Rechtsinstrumenten sie uns bekämpfen können. Und haben eine Betriebsperre erwirkt und alles Mögliche. Wir waren schon fast konkursreif. Wir waren eigentlich schon mehr als konkursreif. Irgendwie haben wir es über den Zilk dann geschafft. Die Beamten haben sich eingeschleimt bei den Mietern, die lokalen Politiker eigentlich, die Beamten im Auftrag der lokalen Politiker. Und Zilk hat gesagt, wenn die jetzt alle Auflagen erfüllt haben, dann macht eine Verhandlung, dass die wieder aufmachen können. Und die gleichen Beamten, die vorher gesagt haben, das war im Mai, "naja, das geht sich vor September nicht aus, dass wir eine Verhandlung machen, dass ihr wieder aufsperrts.", haben am nächsten Tag angerufen und gesagt "wir wissen ja, dass ihr wieder aufmachen wollt, wann können wir denn?" (Lachen).

95 Also, wenn die Weisung vom Politiker kommt, dreht sich der Beamte um 180 Grad. Jedenfalls habe ich gesehen, wir oag die Nachbarn sein können und welche Macht sie haben und wie angenehm es hier war. Die haben zwar ein bisschen gemault, "Ausländer haben wir eh schon genug da", aber das war es. Sie haben dann ziemlich bald gesehen, dass wir keine kleinen Kinder fressen und sind auch als Gäste her gekommen. Das war wirklich angenehm. Und heute ziehen da am Dachboden, jetzt in die neu ausgebauten Dachböden, ORF-Mitarbeiter und Manager ein und Ärzte, die sagen "oh, ich habe im Hof eine Maus gesehen. Das Café ist schuld." Und das Fania, da drüben das Lokal, kämpft seit fünf Jahren gegen eine Nachbarin die oben eingezogen ist, nachdem es das Fania schon gegeben hat. Und die angekündigt hat, "wenn ich die Wohnung krieg, bring ich euch um." Und sie wissen, wie sie agieren müssen, um dem Lokal wirklich zu schaden. Also, die Bevölkerung ändert sich. Die Strategien der Bevölkerung ändern sich. Der Umgang miteinander ändert sich. Es gibt schon Änderungen im Viertel.

105 I: Und für ein Kaffeehaus oder die Lokale hier, was gibts hier für Vor- und Nachteile abseits dieser Mieter, die sich aufregen?

E5: Ich meine, wir waren die ersten die Tische raus gestellt haben, gegen den Widerstand des Marktamtes. Das Marktamt ist überhaupt eine seltsame Bürokratie, die eigentlich nur Strafen und Behindern im Kopf hat und nicht irgendwie Fördern. (...) Ich denke, es sind ein bisschen zu viele Lokale schon am Platz. Aber was macht die Politik? Sie verkauft das Marktamtsgebäude, was gerade abgerissen wird, an die Ottakringer Brauerei. Also ob wir nicht eh schon viele und zu viele Lokale hier hätten. Für die Politik wäre es doch gescheiter – es gibt so viele abgesandelte Plätze hier in Ottakring, wo sie nichts machen – sich zu bemühen *dort* ein Leben rein zu bringen. Und nicht, wo schon Lokale sind, sollen noch mehr Lokale kommen. Bis alle Leute angefressen sind und sagen, "da ist ja nur mehr das Gequatsche und die blöden Ziehharmonikaspieler, gegen die man nichts machen kann". Uns sekkieren sie, wenn da hinten von unserer Belüftungsanlage das Strömungsgeräusch ein bisschen zu laut ist und da draußen bläst einer mit der zehnfachen Lautstärke mit drei Ziehharmonikas raus. Dann sagen sie, "auf der Straße ist eh schon so ein Wirbel, da wollen die Leute wenigstens hinten eine Ruhe haben." Und deshalb muss das noch einmal schallgedämpft werden, anstatt sie gegen die illegalen Ziehharmonikaspieler was tun würden. Also, das ist für die Gäste vielleicht witzig, wenn einer Ziehharmonika spielt. Wenn einer da wohnt und zehnmal am Tag die gleiche Melodie hört und jedes Mal falsch gespielt, dann ist das nervend. Ich denke, dass da mit der Kommerzialisierung des Platzes auch viel zu weit gegangen worden ist. Ursprünglich in den Planungen war immer nur die Rede davon, dass um den Platz herum ein Kreis von Schanigärten sein soll, dass die Mitte aber frei bleiben soll. Dann ist der Ando gekommen und hat dann die Miete bekommen. Was er da für die SPÖ leistet, weiß ich nicht. Aber es ist ein Fehler, einen Platz derart dem Geschäft auszuliefern. Und dann gibts die Konflikte mit den Leuten, die auf dem letzten Stückchen, auf der letzten kleinen Nicht-Konsumationszone sitzen. Da fühlen sich dann die noblen Gäste vom Fischlokal von denen belästigt. Sind sie ja auch zum Teil. Wenn die von den Getränken kosten, die am Tisch stehen. Aber das entsteht dadurch, dass das so knapp nebeneinander ist, dass die so knapp heran rücken an den öffentlichen Bereich.

125 I: Das Ando hat da ja jetzt sogar eine Wand aufgezogen.

E5: Ja, und das haben die dann natürlich folgerichtig gleich angezündet. Da sind noch die Brandspuren. Das ist ein Protest, der auf eine ungute Art geäußert wird, das ist schon klar. Aber das sind halt keine (?), die Leute, dir dort sitzen.

130 I: Und zu euren Gästen. Wer sind eure Gäste?

E5: Ich meine, ich bin immer sehr überrascht, wie angenehme Gäste wir haben. Es ist eine Mischung aus Jungen, Studenten, Alternativen, Althippies, Freiberufler, Journalisten, Leute die gern Zeitung lesen so wie ich. Ich habe mir das halt auch als mein Wohnzimmer eingerichtet. Das Lokal ist auch in eine Phase gefallen (...) Also, ich habe das Lokal mit der ersten Frau eröffnet und ein paar Jahre später habe ich dann wieder geheiratet und habe zwei Kinder gehabt und das war für uns Küche und Wohnzimmer und Arbeitsplatz und alles. Also haben wir das Lokal als Wohnzimmer organisiert. Und manchmal bin ich mit vorgekommen wie ein Spinner, der sich alle Leute herholt, mit denen er was zu tun haben will. Und am Anfang waren ein paar Bürgerinitiativen, die treffen sich nach wie vor hier. Anarchistengruppen haben sich getroffen. Politisch bewusste Leute. Gewerkschaftsgruppen haben da ihre Arbeitskreise, Sitzungen gemacht. Es kommen nach wie vor so Gruppen, die irgendwas miteinander tun. Wir haben da hinten so ein Klassenzimmer, wo Leute miteinander was reden können, die Tür zu machen können und sie werden nicht gestört. Politisch, sozial aktive Menschen und das freut mich, dass solche Leute ins Haus kommen. Und, was interessant ist, das Ando wird ständig wieder besprüht mit irgendwelchen Klassenkampfpaparen, uns ist noch nie was auf die Wand gesprüht worden (Lachen). Offenbar erkennen die Sprüher, dass hier nicht ihre Gegner sitzen. Jetzt ist schon wieder was darauf.

145 I: Wie ist es mit den Unternehmern oder Lokalbesitzern in der Nähe, seid ihr mit denen viel in Kontakt?

E5: Sehr verschieden. Mit dem Fania intensiver Kontakt, weil das gehört mir, das habe ich verpachtet. Das Eisgeschäft gehört zum Fania dazu. Und der Jovica, das Horizont, das ist ein ehemaliger Mitarbeiter vom C.I., der viele Jahre bei uns gearbeitet hat. Mit dem hab ich auch guten Kontakt. Die Nachbarn da drüben, das indische Lokal, bestens, wirklich freundschaftlich. Das nächste, Linden heißt es jetzt, ja, auch sehr gut und angenehm. Am Eck das Dellago, weniger, ist schon weiter weg und gibts noch nicht so lange, aber durchaus angenehm. Der einzige, mit dem wir keinen angenehmen Kontakt haben, ist der Ando. Das ist ein Streithansl. Und es freut eigentlich niemanden, dass der alles genehmigt bekommt, was andere nicht bekommen. Am Naschmarkt genauso. Da hat die Familie ja auch drei Lokale. Jetzt war eh im Standard ein Artikel, wie der Naschmarkt herunter kommt. Also, als Markt funktioniert er nicht mehr, weil alles umgewandelt wird zu Gastronomie. Und die kriegen

155 noch schnell alles genehmigt. Wenn es Denkmalschutz gibt, brennt es halt kurz ab und wird neu aufgebaut. "Und dann ist aber Schluss. Jetzt wirds nicht mehr Gastronomie kommen, weil sonst würde ja Konkurrenz auch noch entstehen."

I: Aber welche Vorteile genießt das Ando hier im Vergleich zu den anderen Lokalen?

160 E5: Zum Beispiel den großen Schanigarten in der Mitte vom Platz. Oder überhaupt die Umwidmung zur Gastronomie. Das sind ja alles ehemalige Gemüsegroßhandelhallen gewesen. Und wir haben uns zum Beispiel bemüht, die eine Halle, wo das ANDO jetzt drinnen ist, zu kaufen. Da hat es geheißen, "nein, geht nicht. 30% Gastronomie ist schon erreicht." Kann man nichts machen, weil das ist die Grenze, auf Märkten darf nicht mehr sein. Naja, und ein paar Wochen später hat das Ando das gekauft. Und der Yppenmarkt ist mit dem Brunnenmarkt zusammen gelegt worden. Dadurch war statistisch jetzt die 30% Grenze nicht erreicht, er konnte umwandeln. Das hätten sie uns auch schon vorher sagen können.

165 I: Und die Marktzone, bis wohin geht die genau?

170 E5: Ja, das ist ein weiteres Kuriosum. Markt ist das, was in der Mitte ist von dem Platz. Und Straße ist das, was am Rand ist. Also, da gibt es so absurde Grenzverläufe zwischen Marktgebiet und Straße. Und die Preise, die man zahlt für die Schanigärten sind unterschiedlich. Und die Regeln, wann man zu welchen Zeiten man Tische rausstellen kann, sind verschieden. Also, da an der Häuserfront, an der Südseite, wo es gerade interessant wäre im Winter, im Jänner, dass die Leute sich raussetzen können. Wenn endlich einmal ein sonniger Tag ist, nehmen sie die Sessel und setzen sich raus. Und das Marktamt kommt und fotografiert, dass da jemand draußen sitzt vor der Tür. Das ist nämlich erst ab März erlaubt (Lachen). Die haben nix anderes zu tun, als Menschen zu fotografieren, die die ersten Sonnenstrahlen im Winter genießen wollen. Wogegen auf Marktgebiet darf man das ganze Jahr in der Sonne sitzen. Also, das sind so absurde bürokratische Regelungen und Unterschiede.

175 I: Noch mal zu dem Austausch. Gibts da auch Vereine? Z.b. Nono?

180 E5: Das macht der Chris Nessmann von den Grünen, der sich seit Jahren bemüht, dass die Nordzeile, dass das auch verkehrsberuhigt wird. Anliegen der Grünen, den Verkehr rauszuhalten. Das war ja auch unser Anliegen. Der Bezirksvorsteher hat damals argumentiert, damals wie sie dieses hohe Haus hier bauen wollten, "die Struktur muss verbessert werden". Als ehemaliges sozialdemokratisches Parteimitglied war ich per du und habe ihn gefragt, "was meinst du denn damit?". Hat er gemeint, "zu viele Ausländer sind hier". Hab ich gesagt "und glaubst es wird besser, wenn man ein paar Österreicher rein quetscht?" Weil damals waren Gemeindebauten noch garantiert ausländerfrei. Die Gemeinde wollte keine Ausländer in ihre Häusern reinlassen. "wir wollen nicht mehr Menschen hier. Der Yppenplatz, der Park ist eh schon überlaufen. Es hat keinen Sinn jetzt noch mehr junge Familien da rein zu quetschen. Was wir brauchen sind mehr Freiräume und weniger Verkehr. Wir wollen eine Verkehrsberuhigung haben." Das haben wir dann ja auch erreicht. Und der Chris von den Grünen bemüht sich, dass diese verkehrsberuhigte Zone ausgeweitet wird. Auch eine uralte Idee von uns: hat man oben den Huberpark, dann würde man durch die Payergasse herunter kommen, hätte wieder eine verkehrsberuhigte Zone, hat da hier den Platz und dann noch mit einer Begrünung weiter bis zu dem Hernalser Spitz, wo jetzt das schreckliche Hochhaus errichtet worden ist.

190 I: Und das Einkaufsstraßenmanagement, habt ihr mit denen was zu tun?

195 E5: Ja, ich war da einmal kurz dabei bei dem Verein. Also, es gibt das Marktmanagement eigentlich. Die machen manchmal Veranstaltungen. Recht brauchbare. Über Hygiene und was weiß ich. Und dann gibts den Einkaufsstraßenverein Brunnenviertel. Da war ich einmal Vereinsmitglied. Aber das ist viel Reden und wenig kommt raus. Außerdem Brunnengasse ist was anderes als Yppenplatz. Und ja, ich bin mit den Leuten aus verschiedenen Gründen nicht wirklich gut, nicht warm worden. Ich kenne einige, ich kann sogar sagen, ich bin befreundet mit denen. Aber die dort das große Wort führen, mit denen bin ich nicht wirklich so warm geworden. Und ich denke mir, ich mag meine Zeit mit Leuten verbringen, mit Freunden verbringen. Habe auch sowohl unser Café als auch die Bierverträge mit Leuten gemacht, die mir sympathisch sind. Zur letzten Kaffeevertreterin habe ich gesagt, "wissen Sie, ich kann es mir leisten Geschäfte mit Freunden zu machen und sie gehören nicht dazu." Also, ich mag wenn ich im täglichen Geschäftsleben Kontakt habe die Leute mit Freude treffen. Und ja, der Brunnenmarkt verändert (?).

200 I: Und habt ihr auch mit der Gebietsbetreuung zu tun?

205 E5: Ich kenne den Leiter sehr gut, noch aus der Zeit, wo wir Mieter vertreten haben in Wohnungsangelegenheiten. Ansonsten haben wir wenig zu tun mit ihnen.

I: Noch zu den Geschäftsbeziehungen: bezieht ihr auch Sachen vom Markt oder von der Umgebung?

210 E5: Ja, also wir kaufen bei den Bauern vor allem ein, die am Samstag da stehen: Wein, Fleisch. Da kaufen wir schon seit 30 Jahren ein. Da kennen wir schon die Elterngeneration und mittlerweile haben die Kinder die Betriebe übernommen. Ja, das ist auch ein langjähriges freundschaftliches Verhältnis. Erdäpfel kaufen wir da bei der Erdäpfelhändlerin. Ja, also zum Großteil kaufen wir die Lebensmittel hier vom Markt. Und von den Supermärkten in der Nähe. Und dann gibts noch einen Großhändler in der Nähe, der früher hier war, der uns größere Mengen ins Haus liefert. Milch kaufen wir vom Biohändler auch am Platz hier.

215 I: Dann noch ein paar Fragen zu Ihrer Person. Ihr Alter?

E5: 63 Jahre.

220 I: Sind Sie aus Wien?

225 E5: Geboren bin ich in Graz. Studieren hab ich in Graz angefangen und dann in Wien fertig gemacht, weil ich Raumplanung studieren wollte. Meine Diplomarbeit habe ich über Bürgerinitiativen geschrieben. Dem Thema bin ich treu geblieben. Im Moment bin ich in der Initiative für die Erhaltung des Otto-Wagner-Spitals als Gemeingut sehr beschäftigt seit drei Jahren. Also, Yppenplatz da, Flötzersteig Autobahn haben wir verhindert, Steinhofgründe seinerzeit vor 30 Jahren, hätten auch verbaut werden sollen, heute undenkbar, die große schöne Wiese. Ja, da habe ich mitgemacht bei diesen Initiativen. Zwischendurch war ich nach dem Studium zehn Jahre in der Wiener Arbeiterkammer beschäftigt, in der Kommunalpolitik. Aber irgendwie habe ich gesehen, dass das nicht meine Arbeit ist, in großen Institutionen in bürokratischen Apparaten zu arbeiten. Mit dem, was ich hier jetzt mache, bin ich sehr zufrieden.

230 I: Und hier das Lokal ist in Eigentum?

E5: Also, ich hab das als Ruine übernommen, aber es hat einen billigen Mietzins gehabt. Es ist vorher so lange leer gestanden, weil es in einem unmöglichen Zustand war. Es war eine Fleischerei, die sowieso schon unmöglich gearbeitet haben. Und dann ist das Lokal versiegelt worden und das Fleisch haben sie vergessen herinnen und das ist wieder lebendig geworden. Und ist in Form von Würmern herum gekrochen. Also, es war notwendig das Lokal wirklich neu zu bauen, kann man sagen. Boden, Wand, Decke, Leitungen, alles neu. Und da habe ich mir gedacht, 235 Mieterschutz gibt es, auf die SPÖ kann man sich verlassen (...) Dann auf einmal hat die SPÖ einer Regelung zugestimmt, dass bei Geschäftslokalen auch bei bestehenden Verträgen die Miete angehoben werden kann. Dann habe ich mir gedacht, nein, mieten werde ich nichts mehr. Auf die Kerle kann man sich nicht verlassen. Und habe dann geschaut, dass ich Räume, die ich brauche für unsere Tätigkeit in Eigentum erwerben kann. Ja, und dadurch ist ein bisschen was zusammen gekommen. Und so haben wir ums Eck in der Schellhamnergasse unser Büro und zwei Kursräume. Demnächst bauen wir einen weiteren Kursraum aus, einen Keller.

**Interview Vertreterin Wirtschaftsagentur Wien (E6), Mingo Migrant Enterprises – 4.11.2014, Dauer 33 Min.**

I: Wie lange gibt es das Mingo Migrant Enterprises schon?

5 E6: Das Mingo Migrant Enterprises wie es jetzt konzipiert ist, gibt es seit 2011. Das heißt das mehrsprachige Beratungsangebot gibt es seit 2011. Wobei ein Grundbekenntnis seitens der Wirtschaftsagentur Wien im Bereich der MigrantInnenökonomien etwas zu machen, gibt es bereits seit 2008. Um die Frage jetzt ganz kompakt zu beantworten: ja, im Bereich der MigrantInnenökonomie ist die Wirtschaftsagentur seit 2008 aktiv.

10 I: Und was wurde da gemacht?

E6: Zu Beginn war es so, dass die Büroangebote, die zu Beginn sehr stark kommuniziert worden sind, auch sehr gezielt in die MigrantInnencommunity hinein transportiert worden sind, um auf dieses Angebot aufmerksam zu machen. Und danach hat sich dann eine Beratungsschiene da hinein geschlichen, wo dann meine Vorgängerin z.B. in mehreren Sprachen beraten hat. Und dann war es aber so, dass man dieses Beratungsangebot aufgenommen hat in das bestehende Gründungsberatungspaket. Wir haben das aktuell in 14 Fremdsprachen, mit 15 Deutsch sind es 15. Diese 14 Fremdsprachen kommen nicht von ungefähr. Das heißt, wir haben uns von der MA23 erheben lassen, welches die häufigsten Sprachen sind die in Wien gesprochen werden. Weil unser Fokus ist ja nicht auf Communities gerichtet, sondern auf Sprachgruppen. Und wir wissen, dass wir die größten 14 Sprachgruppen, außer Chinesisch und Arabisch, in Wien abdecken. Das sind aber in Wirklichkeit alle Sprachen, die bei uns nachgefragt werden. Es sind natürlich exotische Sprachen dabei, aber das ist die Anzahl so gering, dass es natürlich schwierig ist, eine Infrastruktur aufzubauen für eine unglaublich geringe Nachfrage. Wir sind was das angeht sehr sensibel und sehr hellhörig. Wenn wir merken, es gibt eine Verschiebung innerhalb der Sprachen die in Wien gesprochen werden und die Nachfrage steigt, dann sind wir da natürlich sehr bemüht ein Angebot zu schaffen.

I: Und allgemein, was ist das Aufgabenfeld von Mingo Migrant Enterprises? Es besteht also aus Beratung...

25 E6: Genau. Man muss sich das so vorstellen, es gibt die Abteilung Start-Up Services innerhalb der Wirtschaftsagentur. Die Abteilung Start-Up Services ist da, um allen Wienerinnen und Wienern die ein Unternehmen gründen wollen, Hilfestellung anzubieten, damit die Unternehmensgründung nachhaltig erfolgt und im besten Falle natürlich dann auch wachstumsorientiert erfolgt. Innerhalb dieses Angebotes differenzieren wir nicht, woher diese Person kommt und welche Sprache sie sprechen bzw. welchem Geschlecht sie angehören. Es gibt jedoch in der Frage des Zuganges schon eine Fokussierung. Wir fokussieren im Bereich der MigrantInnenökonomie, wir fokussieren im Bereich Frauen und wir fokussieren aber auch im Bereich Start-Ups. Das heißt eher international ausgerichtete Unternehmensgründungen, also eher im IT-Bereich, die wir als Start-Ups definieren. Da ist es so, dass wir eine Schiene haben und die Schiene ist die Beratungsschiene: Gründungsberatung, Finanzierungsberatung, Expansions-Coaching. D.h. sie bekommen alle dasselbe Beratungspaket. Bei den MigrantInnenökonomien gibt es den Zusatz der Sprachen. Wo wir sagen, dieses Paket gibt es neben Deutsch auch noch in 14 weiteren Sprachen. Und da ist der Fokus aber nicht nur auf die Sprache gelegt. Das wäre ein bisschen ein Irrglaube, dass es hier rein um die Sprache geht. Weil relativ viele Menschen, die sich in der Primärsprache wohl fühlen oder in der Muttersprache wohl fühlen, sagen, sie würden das gerne in dieser Sprache in Anspruch nehmen, obwohl sie der deutschen Sprache durchaus mächtig wären. Uns geht es darum, hier eine Vertrauensbasis herzustellen, den Menschen ein Gefühl der Sicherheit zu vermitteln. Weil hier natürlich Ressourcen gebündelt werden. Ressourcen quasi einem unternehmerischen Risiko ausgesetzt werden. Und das ist mehr als zeitgemäß und europäisch zu sagen, man schafft hier in eine sehr divers werdenden Gesellschaft die Rahmenbedingungen dafür. Da spielt natürlich die Sprache eine bestimmte Rolle, aber wir übersetzen nicht nur zwischen den Sprachen sondern auch zwischen den Kulturen. Und das ist auch ganz wichtig. Der Fokus auf Kulturen ist deshalb zu legen, weil unsere BeraterInnen, die in den Fremdsprachen beraten aus dem jeweiligen Kulturkreis kommen. Gerade bei den Ideen, die quasi recht offensichtlich migrantisch geprägt sind, d.h. Nischensegmente ansprechen, die sich eher an die Bedürfnisse der MigrantInnen als EndkonsumentInnen richten, sind ja diverse? (unverständlich) ausschlaggebend. Wie z.B. die Lebensmittelbranche, Gastronomie etc. Wenn da jemand aus einer Community kommt und ein bisschen ein Gefühl dafür hat, wie sich die Szene entwickelt hat, können wir natürlich auch im Rahmen der Beratung auf Punkte eingehen, die gerade die Realisierbarkeit, die nachhaltige Gründung eines Unternehmens sehr stark beeinflussen können. Um ein kleines Beispiel zu geben: wenn man es verschläft und übersieht, dass die österreichischen Lebensmittelketten bereits MigrantInnen als KonsumentInnen erkannt haben und eigene Ethno-Regale machen oder Produkte ins Sortiment aufnehmen, wird man irgendwann mal wahrnehmen müssen, dass es den türkischen Schafkäse mittlerweile auch beim Merkur gibt und nicht nur beim Türken. Das sind dann einfach Entwicklungen, die beobachten wir schon auch mit und versuchen dann entsprechen auch zu balancieren.

I: Und wer sind dann hauptsächlich Ihre KlientInnen? Also nach Branche z.B.. Da haben sie ja schon IT angesprochen...

55 E6: Also, wir haben letztes Jahr im August die erste datenbasierte Studie zum Thema ethnische Ökonomie, MigrantInnenökonomie veröffentlicht. Aus der Studie wissen wir, dass die meisten Personen mit Migrationshintergrund im Bereich Gastronomie, Handel und Bau selbstständig sind. Wir merken aber auch im Rahmen unserer Tätigkeit, die natürlich sehr stark einen Bereich abdeckt, dass hier die Nachfrage an wissensintensiveren Bereichen bzw. im Bereich Technologie natürlich steigt. Wobei Menschen, die ein bestehendes Beratungsangebot in Anspruch nehmen, gut vorbereitet gründen wollen, tendieren womöglich eher dazu gut ausgerüstet zu sein als den simplen Weg der Unternehmensgründung zu vollziehen, wie bei Unternehmensgründungen, die sich im freien Gewerbe bewegen. Das spricht sich relativ schnell herum, wie das funktioniert. Das vollziehen sehr viele. Und deshalb haben wir das Glück, dass wir im Rahmen unserer Arbeit durchaus auch qualitativ sehr hochwertige Unternehmensgründungen begleiten.

I: Also vom Einzelhandel oder der Gastronomie sind es dann eher weniger Personen, die herkommen...?

65 E6: Wir haben eine sehr gesunde Durchmischung. Das ist wichtig. Es ist auch wichtig, den Einzelhandel mitzunehmen, Gastronomie mitzunehmen. Das ist absolut unser Kerngeschäft, weil es doch die Masse ist. Aber es ist auch schön immer wieder zu erleben, dass es hier Schattierungen und Nuancen gibt. Und dass auch innerhalb der klassischen Branchen bereits innovative Denkansätze drinnen stecken und Diversifizierungsbemühungen drinnen stecken. Das heißt, Gastro ist nicht mehr Gastro wie es vor 10, 15 Jahren war. Da gibt es absolut Bemühungen qualitativ sich weiter zu entwickeln, oder den Markt zu öffnen für sich, oder nicht nur dieses Bezirksdenken zu manifestieren, sondern ein bisschen raus zu gehen, auch im Marketing offener zu sein, im Bereich der Personalpolitik offener zu sein. Auch im Bereich des Angebots offener zu sein. Und das ist natürlich auch etwas, was man gutieren muss. Also, eine "Kim kocht" wäre nach unserer Definition ein klassische migrantische Gastronomin. Aber was die "Kim kocht" in die Wiener Küche hinein gebracht hat, ist unglaublich, ein sehr dynamischer Ansatz gewesen. Und das ist auch etwas, was wir unterstreichen. Wir sagen, es ist durchaus auch berechtigt zu sehen, es wird in den klassischen Branchen eher gegründet, aber es auch wichtig zu sehen, wie facettenreich auch das ist.

75

I: Und hinsichtlich anderer Merkmale, also z.B. Alter oder 1. bzw. 2.Generation?

E6: Also aus unserer Studie sehen wir ja, dass migrantische Unternehmersgründer jung sind, sie sind zwischen 25 und 44 Jahre alt. Also, sind eher jung. Und wir merken aber auch, dass es gerade bei den Branchen eine Verschiebung gibt. Also, je jünger, je besser ausgebildet die Personen sind, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass sie in den weniger üblicheren Branchen gründen. D.h. da gehen wir Richtung wissensintensive Dienstleistungen bzw. IT, Medien, etc. Alles, was natürlich nicht mit zu hohem Qualifikationsaufwand verbunden ist oder leichter zu gründen ist, ist sicherlich eher beheimatet als eine Einstiegsoption in die Selbstständigkeit, sagen wir es mal so. Wir widerspiegeln die Statistik. Natürlich ist die Masse eher im klassischen Bereich. Aber wir haben doch eine sehr beachtliche Gruppe, die immer mehr zunimmt mit innovativen Ideen zu gründen. Aber das ist das quasi, was draußen existiert und sich dann im Rahmen unserer Beratung widerspiegelt.

I: Was glauben Sie, wie erfahren die Leute von Ihnen? Arbeiten Sie auch mit Unternehmervereinen bestimmter Communities zusammen?

E6: Also wichtig ist für uns, immer schon gewesen, in die Communities hinein zu gehen und auch dort die Entwicklungen zu verfolgen. Wie Sie wissen, waren in den 90ern gerade im städtischen Erscheinungsbild Kulturvereine sehr dominant, die als soziale Auffangnetze eher fungiert haben. Jetzt ist es so, dass mittlerweile auch Wirtschaftsvereine gegründet werden, als eigene Interessensgruppierungen, die von den jeweiligen Communities auch selbst ins Leben gerufen werden. Die sind für uns sehr sehr wichtig. Also, sie haben z.B. einen serbischen Unternehmerclub, der relativ viele Unternehmer anspricht, bis hin zu den Unternehmern aus der Türkei, die auf einmal 50 bis 100 verschiedene UnternehmerInnen haben. Und nachdem quasi die Selbstständigkeit ein bisschen eine ansteckende Geschichte ist, haben relativ viele Menschen, die sich selbstständig machen, innerhalb ihres sozialen Netzwerkes sich von anderen Menschen dazu inspirieren lassen. Und deshalb ist es auch wichtig, diese Informationen an die UnternehmerInnen zu bringen, damit hier der Multiplikatoreffekt auch eintritt. Auf Ihre Frage zurück zu kommen: ja, es sind Vereine, die überwiegend im wirtschaftlichen Bereich tätig sind, aber ethnisch motiviert gegründet sind. Darüber hinaus österreichische Institutionen, die wichtig sind für uns. Z.B. ist das AMS auch für uns ein ganz wichtiger Partner, vor allem dann, wenn Menschen ins OGP (?) Programm aufgenommen werden wollen und hier aus welchen Gründen auch immer eine Gründung nicht möglich ist oder zu früh ist, oder das Kontingent ausgeschöpft ist. Sagt ja nichts über die Qualität aus. Da ist es wichtig, dass die öffentlichen Einrichtungen von uns Bescheid wissen und das tun sie auch. Und darüber hinaus haben wir auch strategische Kooperationen wie z.B. mit den Wiener Volkshochschulen, wo wir viele Gründungsworkshops direkt in den Wiener Volkshochschulen anbieten. Und pro Workshoprunde an Minimum 100 neue Menschen auch kommen. Das heißt wir haben hier mittlerweile auch eine sehr gesunde Eigendynamik ins Leben gerufen. Und früher haben wir sehr gezielt in diversen Magazinen und Zeitschriften inseriert, türkisch, BKS, etc. Das haben wir jetzt ein bisschen bewusst ausgesetzt, weil wir sonst kapazitätsmäßig nicht mehr mitkommen würden. Wir haben von 2011 bis 2013 die Zahl der Beratungen viel mehr als verdoppelt. Und das ist natürlich bei fast gleich bleibender Mitarbeiterstruktur nicht bewältigbar.

I: Gibt es in Wien auch lokale Schwerpunkte?

E6: Ja, gibt es. Wir haben, als wir Studie "Ethnische Ökonomien in Wien" veröffentlicht haben, gesehen, dass die Mobilität der Personen mit Migrationshintergrund nicht so stark ist. Ist aber grundsätzlich bei WienerInnen so. Also, lebt man im 15., macht man das meiste im 15. Ist bei MigrantInnen auch nicht anders. Und da ist die Mobilität auch ein bisschen manifestiert im Bereich der selbstständigen Tätigkeit. Man sucht dann auch in der näheren Umgebung in der Regel. Ist auch verständlich, ist normal. Und aus diesem Grund haben wir die Angebote die wir haben, also diese 14 sprachigen Workshops, ganz bewusst aus unserem 1. Bezirk Paket herausgenommen und gehen strategische Kooperationen mit der jeweiligen Volkshochschule vor Ort ein und mit dem jeweiligen Bezirk. Wir sind jetzt nächstes Jahr zum Beispiel im 6. Bezirk. Da ist es so, dass wir mit der Volkshochschule gemeinsam die Workshops anbieten und mit dem Bezirk gemeinsam ein Frühstück ausrichten. Bzw. die Medien im Bezirk dafür nutzen, um über dieses Angebot zu sprechen, dieses Angebot bekannt zu machen. Und das haben wir jetzt schon mit fünf Bezirken gemacht.

I: Mit welchen?

E6: Wir waren in Favoriten, wir waren im 15., im 16. Na, dann ist es jetzt der vierte.

I: Und so ganz allgemein: was würden Sie sagen, ist der Beitrag der MigrantInnenökonomie für den Stadtteil?

E6: Sie tragen relativ viel zur Waren- und Dienstleistungsdiversifizierung bei. Das ist glaube ich für eine gesunde Standortpolitik unglaublich notwendig. Sie internationalisieren auch den Markt. Da gibts diverse Studien auch aus Deutschland, die besagen, dass man die Netzwerke, die die Personen mit Migrationshintergrund zu ihren Herkunftsländern - das ist politisch jetzt nicht sehr korrekt formuliert, aber zu den Ländern, wo sie kulturell oder sprachlich bedingt noch ihre Beziehungen haben - dass das natürlich im positiven Sinne in die Stadt wieder zurück fließt. Sie merken das im Transportbereich sehr stark, dass da Barrieren niedriger sind. Die Zugänge einfach unkomplizierter sind, etc. Also in manchen Branchen profitiert man da sehr sehr stark von dem Migrationshintergrund der jeweiligen Personen, oder von diesen interkulturellen Kompetenzen. Ich würde sagen, sie sind nicht zu unterschätzen in der Schaffung von Arbeitsplätzen. Rund 43.000 Arbeitsplätze die geschaffen worden sind, gehen auf das Konto der MigrantInnenökonomie. Und sie sind im Bereich der Wertschöpfung nicht zu unterschätzen, weil rund 640 Mio. rein von der MigrantInnenökonomie erwirtschaftet werden, 2011.

I: Noch mal was anderes. Ich habe für meine Arbeit auch zwei lokale Schwerpunkte in Wien gewählt. Das ist einerseits das Brunnenviertel im 16. Bezirk und die Quellenstraße im 10. Bezirk. Ich weiß nicht, wie gut Sie die Gebiete kennen. Aber was haben Sie z.B. jetzt vom Brunnenviertel für ein Bild, wie nehmen Sie es wahr?

E6: Kennen Sie das Buch Arrival City? Unbedingt lesen, weil da beschreibt er das sehr schön. Es ist kein Wiener Phänomen. Die Frage ist einfach nur, was man daraus macht. Konzentration in städtischen Realitäten ist ein Faktum, das wird es immer geben. Und diese Grätzler können für viele Menschen Orte des sozialen Aufstiegs sein, was durchaus am Brunnenmarkt und am Naschmarkt bereits der Fall ist, weil es eine infrastrukturelle Aufwertung gegeben hat. Wenn man sich den Wohnungsmarkt am Brunnenmarkt anschaut, puh, das sind wenig erschwingliche Preise die dort mittlerweile sich in den letzten fünf, sechs Jahren entwickelt haben. Was vorher absolut nicht der Fall war. Und für eine Marktgegend auch recht untypisch. Aber man hat das als Stadt verstanden gerade dort aufzuwerten, gerade dort Akzente auch zu setzen, um aufzuzeigen, das das, was dort passiert, etwas einzigartiges ist. Das selbe ist auch am Naschmarkt. Also wenn man sich die Übergabe und Ablösebeträge ansieht, die jetzt dort Realität sind, dann sind das unglaublich hohe Preise. Also relativ im hohen Segment würde ich sagen. Aber das ist ja nichts, was rein auf die Personen zurück zu führen ist, sondern auch auf eine Stadtpolitik. Die dann irgendwann mal gesagt hat, "wir wollen investieren und wir wollen, das was da ist auch qualitativ aufwerten". Und ich glaube, dass diese Räume für den sozialen Aufstieg absolut notwendig sind und dass es fast schon eine Form der natürlichen städtischen Entwicklung ist, dass es diese Konzentrationen gibt. Die Frage ist einfach nur, wie homogen sind diese Konzentrationen, die dort vor Ort stattfinden. Und wie kann es einer Stadt gelingen, hier eine Durchmischung, auch eine soziale Durchmischung ins Leben zu rufen. Und das was am Brunnenmarkt sehr gut funktioniert hat, war die Brunnenpassage. Wo von A bis Z, also von der Raiffeisenbank bis hin zur Caritas relativ viele durchmischte Veranstaltungen stattgefunden haben. Das war ein Raum, wo Gespräche stattgefunden haben auf unterschiedlichsten Ebenen. Und ich glaube, dass das sehr sehr wichtig ist, dass man das auch ein bisschen moderiert, gestaltet und das gelingt Wien absolut. Die Quellenstraße, und da muss man halt immer schauen,

155 also die Häuser sind was ich weiß dort eher in privater Hand, und dass immer dort wo private EigentümerInnen sind, natürlich  
Privatrechtsautonomie in Kraft tritt. D.h. die Personen bestimmen eigentlich selbst, nach welchen Kriterien und nach welchen Normen sie  
dann ihre Strukturen zur Verfügung stellen. Und da ist es so, dass dann immer eine bestimmte Eigendynamik auch entsteht. Und auf einmal  
haben Sie dann Straßenzüge, wo durchaus relativ viele Personen mit Migrationshintergrund als MieterInnen dann einziehen, weil einfach eine  
160 sehr stark befahrene Durchzugsstraße für das Geschäftskonzept absolut nicht schädlich ist. Bei manchen Ideen würde es nicht gehen. Und  
dann schließt sich aber der Kreis, weil wenn wir jetzt wissen, die meisten sind in Gastronomie und Handel tätig und der Handel eher so im  
Lebensmittelbereich, dann sind das durchaus Locations, die für die Personen in Frage kommen, weil sie mit einer niedrigeren Mietpolitik  
rechnen können. Das ist glaub ich schon auch ein Phänomen des privaten Sektors. Da gibts ja auch von der Stadt Wien ein  
Gegensteuerungsinstrument, das ist die Nahversorgerförderung, wo man z.B. auch Räume attraktiviert, die seit einem Jahr leer stehen. Das  
heißt schon was, wenn ein Lokal ein Jahr leer steht. Oder der Eigentümer womöglich auch schon seit einem Jahr intensiv sucht und es steht  
165 leer. Da gibts z.B. Nahversorgerförderung, wo man 5000 Euro dafür kriegt, dass man sich für eine Räumlichkeit interessiert hat, die seit einem  
Jahr leer steht. Ist ein schönes Angebot von der Stadt, wo man sicherlich in den letzten Jahr schon viel umgesetzt hat.

I: Und wenn sie jetzt das Brunnenviertel und die Quellenstraße vergleichen, was sehen Sie da noch für Unterschiede?

170 E6: Ich glaube, dass die Durchmischung im Brunnenviertel eher funktioniert. Und ich meine aber die gesellschaftliche Durchmischung der  
Wohnbevölkerung. Mittlerweile sieht man am Brunnenmarkt jeden. Ich war ein paar Mal an diesem Samstagsmarkt an der Quellenstraße, da ist  
die Durchmischung nicht so. Da ist keine soziale Durchmischung zu sehen. Und da würde ich eher meinen, da gibts einen Optimierungsbedarf  
im Sinne von Gestaltung und Attraktivierung, das würde ich schon eher meinen. Aber es hängt womöglich auch mit der Größe von Favoriten  
zusammen. Favoriten ist alleine so groß wie Linz als Stadt. Also man muss sich dann auch diese Relationen dann ein bisschen vor Augen  
175 führen.

I: Noch mal zu den Unternehmern. Gibts da spezielle Herausforderungen, Hürden, die auch seitens der UnternehmerInnen an Sie heran  
getragen werden?

180 E6: Ja, es gibt sie. Es gibt diese strukturellen Einstiegshürden. Das beginnt in der Frage der Fremdfinanzierung. Also wir hören das oft, dass  
Personen mit Migrationshintergrund eher den Kriterien nicht entsprechen, die sich die Banken vorstellen. Im Sinne von Sicherheiten, im Sinne  
von positiver Ablauf einer Einkommenskarriere. Ist sehr vielschichtig. Meine Begründung ist ein bisschen die Tatsache, dass rund 80% der  
Personen mit Migrationshintergrund in den Branchen tätig sind, die kollektivvertraglich jetzt am wenigsten zahlen und sie in der Regel in  
größeren familiären Netzwerken drinnen stecken und hier die Option oder Wahrscheinlichkeit, dass sie Rücklagen bilden können geringer ist,  
185 natürlich das Kumulieren eines Eigenkapitalbestandes für eine eventuelle Selbstständigkeit womöglich weniger wahrscheinlich ist. Es gibt dann  
auch in der tiefen wissenschaftlicheren Auseinandersetzung, die andere Debatte, wo es dann heißt, dass Personen mit Migrationshintergrund  
gegenüber Autochthonen ziemlich benachteiligt sind, weil jetzt kommt ja die Erbgeneration. Und relativ viele MigrantInnen erben ja nichts,  
weil hier bis jetzt nur eine Generation da war um aufzubauen. Also, das sind dann halt so vertiefte wissenschaftliche Debatten. Darüber kann  
man sich ja wichtige Dinge ableiten, aber auch nicht alles. Aber es gibt diese strukturellen Hürden. Also es beginnt in der Frage der  
190 Finanzierung. Dann geht es weiter in der Frage der mitgebrachten Ausbildungen. Wir wissen, dass die Personen mit Migrationshintergrund  
ihrer Ausbildung adäquat nicht im selbstständigen Arbeitsmarkt eingesetzt werden. Das wissen wir, weil rund 45% der Personen, die in Wien  
selbstständig sind und Migrationshintergrund haben, Matura oder einen höheren Abschluss haben. Das heißt viel. Und wenn man sicher dann  
aber ansieht, dass die meisten im Gastronomiebereich, im Handel und im Bau selbstständig ist, also in weniger prestigereicheren oder  
wissensintensiveren Branchen, dann heißt das ja, dass sie quasi womöglich nicht ihrer Ausbildung adäquat eingesetzt werden. Und das ist  
195 natürlich ein Problem, langfristig. Weil es sich dann auf das Einkommen auswirkt. Und weil es sich auch auf die Frage des sozialen Aufstiegs  
auswirkt. Das würde ich als die wesentlichen Hauptpunkte sehen, die gerade beim Einstieg wichtig sind. Manchmal alle anderen Dinge, sind ein  
bisschen (.). Also es gibt auch Unternehmer, die meinen, als Migrant hat er es sowieso nicht einfach hier. Und er hat es nur geschafft, weil er  
nach Deutschland gegangen ist und dort ein bisschen erfolgreicher war. Dann hat man ihn als ausländisches Unternehmen wertgeschätzt. Dann  
war man froh, dass er dann Österreicher geworden ist. Natürlich gibts die. Aber es ist sicherlich auch von Branche zu Branche unterschiedlich  
200 und auch von der Erwartungshaltung der Mehrheitsgesellschaft gegenüber einem migrantischen Unternehmen. Und auch, welche Netzwerke  
dahinter stecken.

(Ausführungen über Wirtschaftskammer)

205 I: Und das Grätzelmanagement, gibt es das noch in der Wirtschaftsagentur?

E6: Ich würde meinen, es gibt die Abteilung Business Support, wo das Grätzelmanagement unter anderem mitschwingt. Da ist es so, dass  
unsere KollegInnen raus gehen, vor allem Straßenzüge, Einkaufsstrassen, Märkte, etc. und UnternehmerInnen vor Ort betreuen. Das ist eine  
eigene Abteilung, die das macht.

210

I: Ich glaube, das waren eh schon meine Fragen. Gibts von Ihnen noch Aspekte, die Sie erwähnen möchten?

E6: Ich würde Ihnen empfehlen "Diversity Media Week". Die haben jetzt auf der Homepage die Podiumsdiskussion, die wir gemacht haben,  
online gestellt. Wir haben zum Thema MigrantInnenökonomie eine Podiumsdiskussion gemacht, u.a. auch mit Dr. René Leicht (noch weitere  
215 Ausführungen zur Podiumsdiskussion). Grundsätzlich ist es so, dass im Bereich der MigrantInnenökonomie die Optimierung nach oben  
absolut möglich ist, um das sehr dramatisch zu formulieren. Sei es im Bereich der Wertschöpfung, im Bereich der geschaffenen Arbeitsplätze.  
Und dann gibts aber noch einen wesentlichen Aspekt. Gemäß dem europäischen Schnitt ist der Anteil von UnternehmerInnen mit  
Migrationshintergrund gemessen an ihrer Population gering. Und da gibts dann halt auch diverse Fragestellungen, die dann aufkommen. Dass  
man sich fragt, warum ist es so. Aus meiner Sicht ist die Antwort darauf recht klar. Das sind die rechtlichen Reglementierungen, die es gibt im  
220 Verhältnis zu anderen europäischen Staaten.

I: Also z.B. die Befähigungsnachweise.

E6: Richtig. Die mitgebrachten Ausbildungen. Also, wenn man es super belegen kann, wird die MA 63 sagen, "Überprüfung der Befähigungen  
225 ja". Aber wenn man es nicht offen legen kann, ist es ein bisschen schwierig. Und da darf man nicht an ein Drittland denken wie die Türkei, wo  
viele Dinge eh sehr gut funktionieren. Da denke ich an irgendein Land in Afrika. Da ist es halt nicht so. Und Drittland ist nicht Drittland. Und  
das sind leider unsere Realitäten, woran die Personen aus strukturellen Gründen heraus aus dem System heraus fallen.