

Robert PÜTZ, Mainz

## Kultur, Ethnizität und unternehmerisches Handeln<sup>1</sup>

### Summary

The most recent media debate about a new “Turkish entrepreneurship” in Germany triggered off the fundamental reflections on the necessarily critical conceptualization of the relation between “culture” and entrepreneurial action. The dominating concepts in the field of “ethnic business” in which questions of cultural orientation in entrepreneurial action have been a central issue for some time, can serve as a starting point for this analysis. For understanding the term culture and the conceptualization of culture in conjunction with entrepreneurial action, a few critical remarks and a shift in perspective are necessary. Contributions of economic geography inspired by the “cultural turn”, which shows alternative ways of thinking about the connection between culture and economy by using a new understanding of culture may be utilized here. Focusing on the group of “German-Turkish entrepreneurs” and bearing in mind the idea of “transculturality in practice” this paper concludes with an outline of a number of conceptual considerations for action-oriented research on the relation between culture and entrepreneurial action.

„Die multikulturelle Gesellschaft entdeckt die Ökonomie ihrer Kulturen“. So könnte man den Diskurs in den Medien plakativ zusammenfassen, der in jüngerer Zeit einen kausalen Zusammenhang zwischen Kultur, Ethnizität und unternehmerischem Handeln herzustellen scheint. In der Presselandschaft finden sich Aufhänger wie „türkischer Ruck“ (*die Woche*) oder „der fleißige Mann vom Bosphorus“ (*Berliner Zeitung*) und überregionale Tageszeitungen wie die *F.A.Z.* und die *Frankfurter Rundschau* betonen regelmäßig die „wachsende Bedeutung der türkischen Selbstständigen“, die mittlerweile zu einem „bedeutendem Wirtschaftsfaktor“ geworden seien. „Herkunft“, „Kultur“, „Türkisch-sein“ – dies legt der Mediendiskurs nahe – wird für einen neuen Unternehmergeist, der sich bei der deutsch-türkischen Bevölkerung auszubreiten scheint, eine entscheidende Rolle zugesprochen. Solchen Titeln liegt eine Auffassung von Kultur zugrunde, der man vor allem im Zusammenhang mit Migration außerordentlich häufig begegnet:

<sup>1</sup> Erweiterte Fassung eines gleichnamigen Vortrags auf dem 51. Deutschen Geographentag, Leipzig

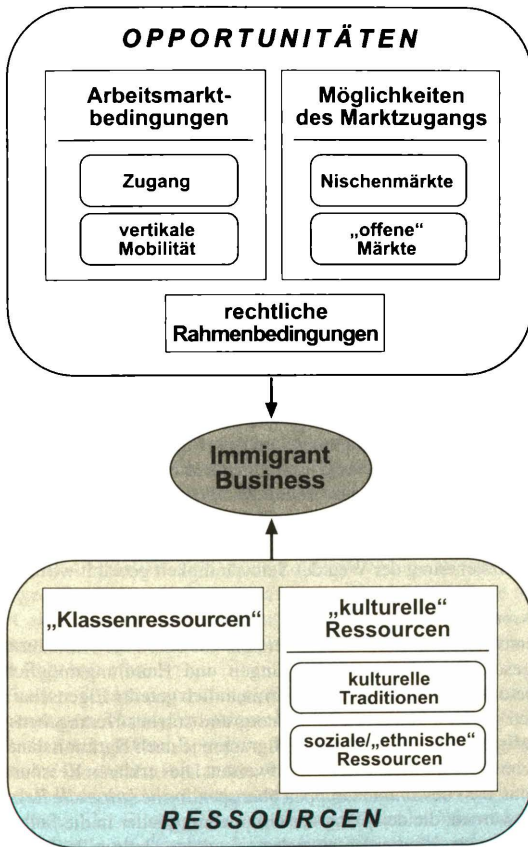
nicht nur in den Medien, sondern auch in der politischen Debatte und teilweise auch in wissenschaftlichen Publikationen. Es ist die Auffassung, dass Kultur territorial verortbar sei, dass Kulturen sich durch ganz spezifische Merkmale auszeichneten, die sie von anderen Kulturen unterscheidbar machen, und dass Migranten diese Merkmale unweigerlich mit sich trügen.

Die aktuelle Berichterstattung soll zum Anlass einiger grundsätzlicher Überlegungen darüber genommen werden, wie das Verhältnis von „Kultur“ und unternehmerischem Handeln konzeptionalisiert werden kann. Ansatzpunkt sind dabei zunächst die dominierenden Konzepte innerhalb des Forschungsbereichs „Ethnic business“, der im anglo-amerikanischen Sprachraum bereits seit geraumer Zeit im Blickpunkt der sozialwissenschaftlichen Forschung steht<sup>2</sup>. Insbesondere zum dabei häufig zu Grunde liegenden Verständnis des Zusammenhangs von Kultur und unternehmerischem Handeln sind einige kritische Anmerkungen und ein Perspektivenwechsel erforderlich. Dabei kann an vom „Cultural turn“ inspirierte wirtschaftsgeographische Arbeiten angeknüpft werden, die unter Verwendung eines neuen Kulturverständnisses alternative Denkweisen des Zusammenhangs von Kultur und Ökonomie aufzeigen. Unter dem Stichwort „Transkulturalität als Praxis“ werden abschließend einige konzeptionelle Überlegungen für handlungsorientierte Arbeiten zum Verhältnis von Kultur und unternehmerischem Handeln skizziert.

## **1 „Ethnic Business“: Modellvorstellungen und Erklärungsansätze**

In der bislang vorliegenden Literatur können im Wesentlichen zwei grundlegende Ansätze differenziert werden, die zur Erklärung des unternehmerischen Handelns von Immigranten mit unterschiedlicher Schwerpunktsetzung kombiniert werden: „Opportunitäten“, die die Aufnahmegesellschaft bietet – dazu zählen vornehmlich die Möglichkeiten des Marktzugangs und die Arbeitsmarktbedingungen –, sowie „Ressourcen“ der Migrantengruppen, bei denen dem Konzept der „Kultur“ eine zentrale Rolle zukommt (vgl. WALDINGER, ALDRICH und WARD 1990 und Abb. 1).

<sup>2</sup> Im deutschsprachigen Raum gewann das Thema „Selbständigkeit von Immigranten“ vor allem Ende der 1990er Jahren an Beachtung. Hervorzuheben sind hierbei insbesondere die Arbeiten des Zentrums für Türkeistudien (1989, 1991, GOLDBERG und ŞEN 1997, GOLDBERG, ULUSOY und KIZILOCAK 1999, ŞEN 1997a, b), bei denen quantitative Studien zu Unternehmensgründungen von Türken mit regionalem Schwerpunkt in NRW im Mittelpunkt stehen. Weitere Studien legen den Fokus auf Existenzgründungen von Frauen (HILLMANN 1998, 1999, KONTOS 2000), auf Beschäftigungsverhältnisse in „ethnischen Ökonomien“ (WILPERT 1998, HILLMANN 2000), auf die Integrationswirkungen von Selbständigkeit (DUYMAZ 1988, ÖZCAN und SEIFERT 2000) und – mit angewandtem Schwerpunkt – auf Möglichkeiten der Förderung von Existenzgründungen (stellvertretend HABERFELLNER und BETZ 1999).



Entwurf: Pütz

bb. 1: Dominierende Modellvorstellungen im Forschungsgebiet „Ethnic Business“

! „Opportunitäten“

isätze, die auf die *Möglichkeiten des Marktzugangs* als Erklärungsfaktor ausländische Selbständigkeit verweisen, beruhen auf Überlegungen, ob

bestimmte Marktsegmente mit günstigen Entwicklungsperspektiven speziell für Immigrantengruppen bestehen und ob Teile der Gesamtwirtschaft existieren, die eher als andere Bereiche für Unternehmensgründungen durch Zuwanderer geöffnet sind. Zwei Faktoren werden meist besonders hervor gehoben:

- Nischenmärkte: Sie erleichterten die Existenzgründungen von Immigranten dadurch, dass die (vermeintlich homogenen) Konsumbedürfnisse der Immigranten eine spezifische Nachfrage schufen und dass Selbständige der gleichen Herkunft die „kulturelle Kompetenz“ besäßen, um die hierdurch entstehende Marktnische zu besetzen (WALDINGER, ALDRICH und WARD 1990; MARS und WARD 1984).
- Rechtliche Rahmenbedingungen: Sie beeinflussten durch Restriktionen bei der Genehmigung von Unternehmensgründungen oder durch die Erfordernisse bestimmter formaler Qualifikationen für die Unternehmensführung sowohl den Umfang als auch die sektorale Struktur des „Ethnic business“.

Neben den Bedingungen des Marktzugangs stehen die *Rahmenbedingungen des Arbeitsmarktes* im Fokus der meisten Untersuchungen. Auch Autoren, die auf einer solchen Basis argumentieren, verfolgen die Annahme, dass von den Migranten nicht beeinflussbare Rahmenbedingungen in den Herkunfts- oder Aufnahmegesellschaften bestünden, die aber letztlich ihr Handeln determinierten. Übertragen auf den Arbeitsmarkt bedeutet dies: Bestehende Benachteiligungen von Ausländern auf dem Arbeitsmarkt führen dazu, dass zur Existenzsicherung der Weg der Selbständigkeit gewählt wird.

### 1.2 „Ressourcen“

Im Unterschied zu Erklärungsansätzen, die auf durch die Aufnahmegesellschaft geschaffene Rahmenbedingungen und Handlungsmöglichkeiten zielen, betonen Ressourcenmodelle vermeintlich geteilte Eigenschaften von Menschen gleicher Herkunft. Im Hintergrund solcher Herangehensweisen steht häufig die Beobachtung, dass Migranten je nach Herkunftsland unterschiedliche Selbständigkeitsquoten aufweisen. Dies erklären Ressourcenmodelle damit, dass bestimmte Gruppen über spezifische *kulturelle Ressourcen* verfügen würden, die den Gang der Gruppenmitglieder in die Selbständigkeit erleichterten. Hierbei lassen sich so genannte „kulturelle Traditionen“ und „ethnische Netzwerke“ als Argumentationskategorien unterscheiden.

- Als „kulturalistische Ansätze“ können Erklärungsmodelle zusammengefasst werden, hinter denen die Annahme steht, dass Selbständigkeit das Ergebnis spezifischer kultureller Prädispositionen einer Gruppe sei, die unternehmerische Aktivitäten begünstigten. Mit anderen Worten: Vermeintlich „ethno-spezifische“ Handlungsstrategien, die „traditionellen Verhaltensweisen aus der Herkunftsregion“ entstammen (WIEBE 1984),

prägen in nahezu deterministischer Weise das Handeln des selbständigen Unternehmers im Aufnahmeland. Hierunter fallen Zuschreibungen wie „arbeiten härter“, „sparen mehr“ oder „haben Geschäfte im Blut“, die bei früheren Arbeiten teilweise im Vordergrund standen. Heute sind sie in solch expliziten Formulierungen weitgehend aus der Diskussion verschwunden. Implizit prägen sie aber immer noch das Grundverständnis zahlreicher Argumentationslinien.

- So zielen Ansätze, welche die Bedeutung „ethnisch“ geprägter Netzwerke oder Netzwerkbeziehungen hervorheben, nämlich ebenfalls häufig auf einen vermeintlich homogenen und geteilten kulturellen Hintergrund der Migranten, wenn auch mit einer anderen Schwerpunktsetzung. Solche Beziehungsgeflechte gelten als ein zentraler Bestandteil für den unternehmerischen Erfolg und könnten – so die Argumentation – zahlreiche der Nachteile ausgleichen, denen ausländische Selbständige unterliegen. Sie würden wesentlich durch den Außenseiter-Status der Immigranten gefördert, der die Beziehungen unter ihnen intensiviere und zu Vertrauen, Kooperation und kollektiver Selbsthilfe führe und damit Kapitalbeschaffung, Mitarbeiterakquisition und Warenbezug erleichterte.

Betrachtet man die Forschungsansätze, die auf „kulturelle Ressourcen“ abheben, stellt man fest, dass aus sozialtheoretischer Sicht eine implizite strukturalistische Grundposition dominiert, wobei der Strukturbegriff selber kulturalistisch ausgerichtet ist: Strukturen werden in den meisten Ansätzen als vorbereitete Denkgeregeln aufgefasst, die im Bewusstsein des einzelnen Unternehmers verankert sind, aber kollektiv als etwas wie „kulturelle Codes“ geteilt werden. Und ohne dass sich die Akteure dessen zwingend bewusst sind, reproduzieren sie mit ihrem unternehmerischen Handeln permanent die virtuelle Realität eines solchen kontextübergreifenden abstrakten Regelsystems.

Eine andere Strukturvorstellung verfolgen Ansätze, die auf dem Konzept der sogenannten *Klassenressourcen* beruhen. Hierbei werden Strukturen, teilweise in Rückgriff auf Bourdieu, als quantifizierbare Verteilungsmuster von sozialen Positionen verstanden, wobei die Argumentationsweise darauf beruht, dass Ressourcenverteilungen wie Privatbesitz an Produktionsmitteln, Finanzkapital oder Bildung letztlich in entscheidender Weise darüber bestimmen, wie Akteure handeln. Unternehmertum wird so mit der Ressourcenverfügbarkeit einer „unternehmerischen Klasse“ erklärt, etwa an materiellem Kapital zur Unternehmensgründung, an Bildungskapital zur Unternehmensführung aber auch an „bourgeoisien Werten, Einstellungen, Kenntnissen und Fertigkeiten, die im Rahmen des Sozialisationsprozesses von Generation zu Generation weitergegeben werden“ (LIGHT 1987).

Die vorgestellten Erklärungsansätze im Bereich „Opportunitäten“ tragen durchaus dazu bei, maßgebliche Einflussfaktoren der unternehmerischen

Selbständigkeit von Immigranten aufzuzeigen. Auch können sie für ausgewählte Fragestellungen der Entstehung und Entwicklung des „Immigrant business“ plausible Kausalitäten benennen. So lässt sich die Argumentation des Nischenmarkt-Ansatzes anhand der ersten Gründungen türkischer Lebensmittelgeschäfte in Deutschland nachvollziehen, die kurz nach dem Anwerbeabkommen mit der Türkei die Marktlücke bedienten, welche durch die Nachfrage von Zuwanderern nach landestypischen Lebensmitteln entstand. Darüber hinaus ist der Einfluss rechtlicher Rahmenbedingungen auf den Umfang der Unternehmensgründungen einleuchtend, wenn ausländerrechtliche Bestimmungen den Weg der Selbständigkeit ausschließen bzw. erschweren, ebenso wie die sektorale Struktur der Unternehmensgründungen dadurch geprägt wird, dass in bestimmten Bereichen formale Qualifikationen wie ein Meistertitel im Handwerk verlangt werden. Und schließlich kann angesichts der aktuellen Arbeitsmarktdaten Deutschlands, die für das Jahr 2000 für türkische Staatsangehörige eine Arbeitslosenquote von 20,3% ausweisen (im Vergleich zu 8,7% bei der deutschen Bevölkerung, Statistisches Bundesamt 2001), die Argumentation nachvollzogen werden, dass Benachteiligungen auf dem Arbeitsmarkt ein wichtiger Grund für die zunehmende Selbständigkeit der Bevölkerung türkischer Herkunft sind (vgl. detaillierter PÜTZ 2003a)<sup>3</sup>.

Für sich alleine genommen bleiben Erklärungsansätze, die auf „Opportunitäten“ zielen, zum tieferen Verständnis unternehmerischen Handelns jedoch unbefriedigend. Dies ist darauf zurückzuführen, dass das Handeln der Unternehmer überwiegend als Reflex auf Strukturen gedeutet wird, die außerhalb des Einflussbereiches der Akteure liegen. Solche rein strukturalistischen Erklärungsansätze gehen jedoch an der differenzierten Handlungswirklichkeit der einzelnen Unternehmer vorbei. So bleibt z.B. unklar, warum Arbeitslosigkeit bei manchen zur Selbständigkeit führt und bei anderen nicht.

Damit bedarf es vermehrt qualitativer, handlungsorientierter Studien, die den Unternehmer als individuellen Akteur in den Vordergrund der Betrachtung stellen. Denn erst durch diese Zielsetzung des „Handlungsverstehens“ (ESCHER 1999) ist eine Annäherung an Fragen möglich, die ansonsten offen blieben; sei es nach der subjektiven Konstruktion der strukturellen Rahmenbedingungen, sei es nach der Bedeutung der im Laufe von individuellen (Unternehmer-) Biographien gesammelten Erfahrungen für unternehmerische Ziele und Strategien oder sei es für unternehmerisches Handeln in unterschiedlichen sozialen und räumlichen Kontexten (vgl. PÜTZ 2003b).

<sup>3</sup> So nahm beispielsweise die Zahl der Unternehmer türkischer Herkunft in Deutschland nach Schätzungen des türkischen Unternehmerverbandes ATIAD (2001) seit 1985 um 150% auf 55.000 (1999) zu, im Unterschied zu einer ca. 40%-igen Zunahme der Bevölkerung türkischer Herkunft.

Die bislang dominierende Perspektive sollte daher um handlungsorientierte Ansätze erweitert und der Blick vermehrt auf die Wechselbeziehungen zwischen strukturellen Rahmenbedingungen und den Strategien von Akteuren und ihren Handlungszielen gerichtet werden.

Darüber hinaus ist mit RATH und KLOOSTERMAN (2000) auch auf internationaler Ebene ein Defizit an theoriegeleiteten Fragestellungen zu konstatieren, weil nur wenige Arbeiten Bezüge zur aktuellen sozialtheoretischen Debatte herstellen und somit versuchen, zur allgemeinen Theoriebildung beizutragen. Insbesondere das Verständnis dessen, was mit dem Attribut „kulturell“ bei zahlreichen Ressourcenansätzen gemeint ist, legen die meisten Studien nicht offen. Aus dem jeweiligen Forschungsdesign und den dominierenden Erklärungsmustern kann für die Mehrzahl der Arbeiten aber ein holistischer Kulturbegriff in HERDERScher Tradition festgestellt werden, der Kultur als „historisch-spezifische gesamte Lebensform eines Kollektivs in Differenz zu anderen Kollektiven“ (RECKWITZ 1997, 319) versteht, klar abgegrenzt durch ein spezifisches Bündel an „kulturellen Merkmalen“. Ein solches essentialistisches Kulturverständnis wird in jüngerer Zeit jedoch zu Recht in Frage gestellt (vgl. u.a. die Beiträge in BECK 1998).

Insbesondere die „Ressourcenansätze“ argumentieren explizit mit dem Einfluss einer spezifischen, auf der Herkunft basierenden „Kultur“ der Immigranten, die sich in ihren unternehmerischen Handlungsweisen niederschläge. An diesen Vorstellungen können zwei Kritikpunkte formuliert werden: Erstens die dabei immanente und sehr problematische Tendenz der Ethnisierung, d.h. die Fremdzuschreibung kollektiver Identitäten auf Grundlage der Vorstellung von einer Abstammungsgemeinschaft, die mit „kulturellen“ Unterschieden zu anderen Gemeinschaften einher gehe. Zweitens – damit verbunden – ein essentialistisches Kulturverständnis. Dessen Kennzeichen sind die drei Annahmen einer *sozialen Homogenisierung*, d.h. die Kultur präge das Leben eines Kollektivs im Ganzen wie im Einzelnen, wobei die kulturellen Merkmale nicht beliebig erworben oder abgelegt werden könnten, einer *ethnischen Fundierung*, d.h. Lebensformen seien bestimmt durch „Abstammungsgemeinschaften“, und einer *interkulturellen Abgrenzung*, d.h. die Kultur eines Volkes unterscheide sich von der anderer Völker.

Auf Basis dieses – oft impliziten – Kulturverständnisses ist es ein häufiges Resultat von Arbeiten im Bereich des „Immigrant Business“, den ökonomischen Erfolg unterschiedlicher Immigrantengruppen einander gegenüberzustellen. Letztlich erscheint die Kategorie „Ethnizität“ also als ein Ergebnis von Untersuchungen, obwohl sie aber deren unreflektierte Prämisse ist! Selbst wenn solche Kategorisierungen nicht zu Fragen missbraucht werden, was denn z.B. die intrinsische Natur von „Blackness“ sei, die dazu führe, dass Schwarze in den USA geringere Einkommen mit ihren

Betrieben erwirtschaften als Asiaten, besteht die Gefahr, hierdurch Differenz zu produzieren, weil im essentialistischen Sinne verstandene „Kultur“ als eine Erklärungsvariable für unternehmerisches Handeln und unternehmerischen Erfolg herangezogen werden kann. Folge kann die Ethnisierung von politökonomisch bedingten oder sozialen Phänomenen sein.

## 2 Implikationen des „cultural turn“ in den Sozialwissenschaften

Wie kann „Kultur“ und wie kann das Verhältnis von Kultur und unternehmerischem Handeln alternativ konzeptualisiert werden? Fruchtbar erscheinen hier Ansätze im Zuge des „Cultural turn“, wie er derzeit in weiten Bereichen der Sozial- und Geisteswissenschaften und auch von Teilen der Wirtschaftsgeographie – hier mit dem Fokus auf die Konzeptualisierung des Verhältnisses von Kultur und Ökonomie – vollzogen wird<sup>4</sup>. Dabei wird der holistische Kulturbegriff aufgegeben zugunsten eines Verständnisses von Kultur als „handlungskonstituierende Sinnsysteme“, als „modes of generating meaning“ (GIDDENS u.a. 1997, 2), die als notwendige Bedingung jeglicher sozialen Praxis gelten. Als gemeinsame Basis der Ansätze kann damit ein Kulturbegriff ausgemacht werden, der bedeutungs- und symbolorientiert ist: „Welt“ existiert für den Menschen nur insofern, als dass er ihr auf der Grundlage von symbolischen Ordnungen eine Bedeutung zuschreibt und sie sich damit erst sinnhaft erschließt. Mit anderen Worten: „Welt“ existiert für den Menschen nur als symbolische, auf der Grundlage von kollektiv geteilten Regelsystemen und Wissensordnungen, die es ermöglichen, sie mit Bedeutung und Sinn zu versehen.

Versucht man die unterschiedlichen Akzentsetzungen unter dieser gemeinsamen Grundvorstellung zu systematisieren, was natürlich nie widerspruchsfrei sein kann, lassen sich in Anlehnung an RECKWITZ (1999 und 2000) mit einem „Textparadigma“ und einem „Praxisparadigma“ zwei wesentliche Paradigmenkerne ausmachen. Sie unterscheiden sich u.a. hinsichtlich der theoretischen Positionierung des Subjekts bei der Herstellung der symbolischen Ordnungen. Beiden lassen sich aus wirtschaftsgeographischer Perspektive unterschiedliche Fragestellungen und Herangehensweisen zuordnen, wobei die Übergänge fließend sind:

<sup>4</sup> Der „Cultural turn“ in der Wirtschaftsgeographie erscheint in theoretischer Grundlegung und konkreten Untersuchungsgegenständen jedoch ausgesprochen heterogen und konzeptionell kaum einheitlich zu fassen. Dies gilt auch für das Verständnis vom zentralen Begriff der „Kultur“, der nur selten explizit definiert und konzeptualisiert wird (BARNETT 1998) und sich häufig nur indirekt erschließen lässt. Außerdem wird die von einigen Wirtschaftsgeographen geforderte stärkere Hinwendung zur Kultur von anderen vehement abgelehnt, was in der aktuellen Debatte in *Antipode* und Tieln wie „Killing Economic Geography with a ‚cultural turn‘ Overdose“ (RODRIGUEZ-POSE 2001) zum Ausdruck kommt.



Das „Textparadigma“ abstrahiert weitgehend von der Handlungspraxis und stellt stattdessen diskursive Prozesse und Strukturen in den Vordergrund der Analyse. Die Grundvorstellung ist hierbei, dass die kulturelle Welt als ein Verweisungszusammenhang von sozial konventionalisierten Zeichensystemen verstanden werden kann, die sich in Diskursen und darüber hinaus in sämtlichen signifikanten Gegenständen des Alltagslebens vom Konsumartikel bis zum Kunstwerk permanent reproduzieren. Die gesamte sozial-kulturelle Welt ist damit erschließbar wie ein „Text“. Es gibt also keine Gegenstände, Personen etc. an sich, sondern sie werden erst – auf kontingente Weise – zu Gegenständen oder Personen innerhalb eines Aussage- und Zeichensystems, das ihnen eine Bedeutung zuweist und damit zur Existenz verhilft. In radikalierter Form findet dabei eine Dezentrierung des Subjektes statt, weil Bedeutung unabhängig von subjektiven Sinnzuschreibungen produziert und reproduziert wird. Bezogen auf das Verhältnis von Kultur und Ökonomie gilt es wirtschaftsgeographischen Arbeiten aus dieser Perspektive z.B., vermeintlich neutrale Bestandteile des Ökonomischen wie „Erfolg“ oder die Kategorie „Unternehmer“ als diskursiv geschaffene Konstruktionen aufzudecken und die Rolle solcher bedeutungsschaffenden und damit kulturellen Metadiskurse für die Regulation ökonomischen Lebens zu betonen. Auch die Kategorie „national etikettierte Herkunft“ und die damit verbundenen Differenzierungsschemata können als Teile solcher Metadiskurse aufgefasst werden. Andere Arbeiten fokussieren auf die permanente Reproduktion der symbolischen Welt in materiellen Gütern des Ökonomischen und die Konsequenzen hieraus für deren Produktion und vor allem Konsumtion.

Unter dem „Praxisparadigma“ zusammen zu fassende Ansätze stellen demgegenüber die von impliziten Wissensbeständen und Interpretationsweisen angetriebene Handlungspraxis in den Vordergrund der Analyse. Mit der Fokussierung auf die Figur des Akteurs erscheinen sie eher geeignet, das Verhältnis von Kultur und unternehmerischem Handeln zu konzeptualisieren. Leitende Vorstellung ist dabei, dass Akteure ihre sozialen und damit auch ökonomischen Praktiken dadurch hervorzubringen vermögen, dass sie über eine Art „Vorrat“ an Deutungsschemata und symbolischen Ordnungen verfügen, auf deren Basis sie Welt auf bestimmte Art verstehen. Solche Deutungsschemata sind notwendigerweise kollektiv geteilt und diskursiv vermittelt. Sie können sowohl bestimmte routinisierte Handlungsweisen ermöglichen als auch den Spielraum denkbaren Handelns einschränken. Dadurch, dass in der Handlungspraxis symbolische Ordnungen kontinuierlich (re-)produziert werden, wird die Stellung des Subjektes dezentriert, aber nicht – wie beim „Textparadigma“ – passivisch als Diskurseffekt begriffen, sondern im Konzept des Akteurs als Hervorbringer sozialer Praktiken wieder rekonstruiert. Damit rückt der Zusammenhang zwischen symbolischer

Ordnung und sozialer Praxis in den Mittelpunkt des Interesses und die Frage, wie Akteure Symbole in ihrem unternehmerischen Handeln einsetzen.

Mit einem solchen Zugang besteht eine enge Verbindung zu den vielfältigen „Embeddedness“-Ansätzen, die ursprünglich im Bereich der Wirtschaftssoziologie entwickelt worden sind und mittlerweile zahlreiche Reflexionen über den Gegenstand der Wirtschaftsgeographie prägen (u.a. GRANOVETTER 1985; GRABHER 1993; OINAS 1997; BATHELT und GLÜCKLER 2000) – wobei am Rande erwähnt werden kann, dass Pioniere des Embeddedness-Ansatzes wie Marc Granovetter ihrerseits häufig von Beobachtungen von Netzwerkbeziehungen innerhalb von Immigrantengruppen inspiriert worden sind (GRANOVETTER 1995).

Hier ist allerdings analytisch zu trennen zwischen „sozialer“ und „kultureller“ Embeddedness. Soziale Embeddedness versteht jegliches ökonomisches Handeln als grundsätzlich auch soziales Handeln und damit eingebettet in Strukturen sozialer Beziehungen des Kennens oder Anerkennens – das wäre dann aber mehr als „Social turn“ denn als „Cultural turn“ zu bezeichnen. Kulturelle Embeddedness hebt demgegenüber – in Anlehnung an den oben skizzierten Kulturbegriff – explizit auf die Prozesse der Bedeutungszuschreibung ab, was z.B. in der Definition von kultureller Embeddedness als „shared collective understandings in shaping economic strategies and goals“ bei ZUKIN und DiMAGGIO (1990) zum Ausdruck kommt. Ihre Rolle für unternehmerisches Handeln leuchtet ein. So lässt sich in Interaktionssituationen, beispielsweise einer geschäftlichen Vereinbarung zwischen zwei Unternehmern, nur dann ein für beide Beteiligten befriedigendes Ergebnis erzielen, wenn bezüglich der Einschätzung dessen, wie z.B. Absprachen besiegelt werden und wie verbindlich sie sind, zwischen den Geschäftspartnern Bedeutungsähnlichkeit besteht.

In wirtschaftsgeographischen Arbeiten, die auf die Rolle kultureller Embeddedness abheben und damit den Zusammenhang zwischen unternehmerischem Handeln und Kultur explizit ins Auge fassen, wird dann z.B. betont,

- dass „a common cultural background“ von entscheidender Bedeutung für den Informationsaustausch zwischen Akteuren sei (LUNDEVALL 1988 nach GERTLER 1997),
- dass regionale Institutionen „shape and are shaped by the local culture, the shared understandings and practices that unify a community and define everything from labor market behavior to attitudes toward risk-taking“ (SAXENIAN 1994, 8)
- oder dass „locally generated cultures“ als Basis für ökonomisches Handeln und Innovation dienen, weil für Wissensaustausch und Lernprozesse zwischen ökonomischen Akteuren face-to-face Kontakte und ein „high

degree of mutual trust and understanding, which is often constructed around *shared values and culture*“ erforderlich seien (AMIN und THRIFT 1997, alle Hervorhebungen durch den Autor).

Auf der einen Seite besteht hier also eine explizite Einbeziehung des „Kulturellen“ in wirtschaftsgeographische Untersuchungen. Auf der anderen Seite kann mit BOECKLER und LINDNER (1999) aber bei zahlreichen Arbeiten konstatiert werden, dass für die Konzeptualisierung des „Kulturellen“ eine vergleichsweise statische und homogene Kulturvorstellung maßgeblich ist. Dies lässt sich vor allem an der Konstruktion von kulturellen Grenzen verdeutlichen, wenn man dem Verständnis von Kultur als „symbolische Ordnung“ folgt: So kann erstens die Tendenz festgestellt werden, solche Grenzen symbolischer Ordnungen an Staaten oder Regionen mit jeweils spezifischen „Regionalkulturen“ zu binden, die z.B. Innovationen erleichtern. Eine solche Annahme der „Territorialisierbarkeit“ von Kultur ist jedoch bereits zu hinterfragen (vgl. u.a. APPADURAI 1998). Zweitens ist häufig die Neigung zu beobachten, kulturelle Grenzen als Grenzen zwischen Subjekten zu denken. Hier ist kritisch zu überdenken, ob grundsätzlich eine eindeutige Zuordnung eines Individuums bzw. sozialen Kollektivs zu einer symbolischen Ordnung vorausgesetzt werden kann.

### 3 Transkulturalität als Praxis

Eine Möglichkeit, der aufgeworfenen Problematik der kulturellen Grenzen zu begegnen, bietet das Konzept der Transkulturalität, das Wolfgang WELSCH (1992 und 1999) entwickelt hat. WELSCH geht mit Hinweis auf die Globalisierungsdebatten zunächst davon aus, dass territorial verortbare homogene Kulturen aufgrund vielfältiger Verflechtungszusammenhänge nicht mehr angenommen werden könnten. Transkulturalität impliziert in diesem Sinne also die Aufhebung der Kongruenz von Territorium und Kultur.

Gleichzeitig verschiebt WELSCH die theoretische Lage kultureller Grenzen von einer *interpersonalen* auf eine *intrapersonale* Ebene, d.h. auf die Ebene einzelner Individuen. Diese seien ebenfalls durch Transkulturalität gekennzeichnet und verfügten somit über unterschiedliche kulturelle Bezugssysteme: „Das Individuum ist gleichzeitig Mitglied verschiedener Gemeinschaften“, wie es Ulrich BECK (2000) formulierte. Die mit jeder Grenze verbundene Innen-Außen-Differenz wird konzeptionell aber auf die Ebene des einzelnen Subjekts verschoben. Sie kann so auch als vom Individuum prinzipiell verfügbar gedacht werden. Damit wird auch die Vorstellung von Kultur als einem per se gegebenen und in sich geschlossenen Verweisungszusammenhang von Symbolen obsolet. Gleichzeitig bleiben

aber „kulturelle Differenzen“ denkbar: als Konstruktionen entlang Zugehörigkeit und Ausschluss markierender Symbole.

Auf Basis dieser Überlegungen lässt sich Kultur für die empirische Forschungspraxis konzeptualisieren. Hierfür wird der Begriff „Transkulturalität als Praxis“ vorgeschlagen. Dieses Konzept setzt genau an dem Widerspruch an, der sich zwischen der theoretischen Position der Nicht-Existenz von homogenen Kulturen und der Position des handelnden Akteurs aufspannt. Denn Essentialisierungen und homogene Kulturen werden in Diskursen und der Handlungspraxis permanent (re-)produziert: Kollektiv verfügbare Deutungsmuster, wie Welt zu verstehen ist, sind untrennbar verbunden mit Klassifikationsschemata, welche die Einordnung der Dinge erleichtern, indem an bestimmten Symbolen Ausschluss und Zugehörigkeit markiert wird. Damit gehen permanente Grenzziehungen einher; „kulturelle“, da Bedeutung schaffende Grenzziehungen, anhand derer das vertraute, dazugehörige „Innen“ vom unvertrauten, nicht dazugehörenden „Außen“ geschieden wird.

Die Perspektive der „Transkulturalität als Praxis“ richtet den Blick genau auf diese Grenzziehungen. Sie teilt damit die konzeptionelle Kritik an essentialistischen Kulturvorstellungen, nimmt aber gleichzeitig die alltäglichen und sehr machtvollen, z.B. „ethnisierenden“ Grenzziehungen in den Blick, um Fragen des „wie“, „an welchen Symbolen“ und „auf welchen Ebenen“ kulturelle Grenzen gezogen werden für die Analyse zugänglich zu machen. Gleichermäßen erlaubt sie, die Konsequenzen von Grenzziehungen für die unternehmerische Handlungspraxis in den Blick zu nehmen (vgl. PÜTZ 2003b). Damit sollen wirtschaftsgeographische Fragestellungen um eine wichtige Perspektive erweitert werden, indem der kulturelle Aspekt ökonomischen Handelns erschließbar wird, ohne sich in die „essentialistische Falle“ zu begeben. Einer ähnlichen Idee folgt auch BOECKLER (1999) bei seiner Konzeptualisierung von „Kultur als diakritische Praxis“, als fortwährendes Einfügen von kontingenten Unterscheidungen in die prinzipiell nicht getrennte Welt.

Darüber hinaus kann „Transkulturalität als Praxis“ nicht nur als Analysekonzept, sondern auch als konkrete Handlungspraxis konkreter Subjekte gelesen werden. Denn durch die Verschiebung der Innen-Außen-Differenzen bei der Herstellung kultureller Grenzen auf die Ebene des Subjektes werden Mehrfachzugehörigkeiten von Individuen sowohl konzeptionell akzeptiert als auch empirisch greifbar. Daraus lässt sich ableiten, dass Menschen über Handlungsroutinen verfügen, mit denen sie sich in Form einer „alltäglichen Transkulturalität“ in unterschiedlichen Deutungsschemata verorten können, um z.B. in ökonomischen Interaktionssituationen Bedeutungsgleichheit mit Geschäftspartnern herzustellen. Sind dem Akteur solche Deutungsschemata reflexiv zugänglich und damit absichtsvoll einsetzbar,

kann alltägliche Transkulturalität zur strategischen werden. „Strategische Transkulturalität“ wird hier als Begriff für eine Fähigkeit vorgeschlagen, sich reflexiv in unterschiedlichen Symbolsystemen orientieren und in ihnen operieren zu können.<sup>5</sup> Kulturelle Embeddedness wäre dann nicht etwas durch bloßes „Sein“ existierendes, sondern etwas durch die kommunikative und die Handlungspraxis hergestelltes – und somit Veränderung zugängliches. Kulturelle Deutungsschemata können damit als für die soziale Praxis handlungsleitend aufgefasst werden, aber als Repertoire, das verschiedene Handlungsoptionen bereit hält und zu dem Individuen einen reflexiven Zugang besitzen können.

„Transkulturalität als Praxis“ erschließt sich auf der individuellen Ebene aber in sehr differenzierter Weise. So kann der Aussage Edward Saids „Niemand ist heute nur ganz und rein eines“ aus einer theoretischen Perspektive grundsätzlich zugestimmt werden. Personen, die im Laufe ihrer biographischen Erfahrungen mit tiefgreifenden Sinnbrüchen konfrontiert wurden und werden – sei es in Folge von Migration, sei es aufgrund einer permanenten Auseinandersetzung mit ethnizierenden Fremdzuschreibungen –, erleben dies jedoch in sehr ausgeprägter Form. Mit anderen Worten: Grenzziehungen werden an vielfältigen und unterschiedlichen Symbolen vorgenommen und können für jegliche (ökonomische) Interaktion als konstitutiv betrachtet werden. Grenzziehungen entlang der Herkunft sind jedoch besonders wirkungsmächtig und damit gut geeignet, um ein Konzept „Transkulturalität als Praxis“ empirisch zu verwenden. Dies lässt auch „Immigrant Business“ als Beispiel für die Analyse der kulturellen Dimension ökonomischer Praktiken besonders geeignet erscheinen. Mit dem Fokus auf Unternehmer, die sich im Rahmen ihrer unternehmerischen Praxis in unterschiedlichen symbolischen Ordnungen verorten (müssen) und die hierfür – in Anlehnung an GIDDENS (1997, 57) – einerseits im „praktischen Bewusstsein“ verfügbare Handlungsroutinen für reflexiv nicht zugängliche alltägliche Transkulturalität, andererseits im „diskursiven Bewusstsein“ verfügbare Handlungsoptionen im Sinne einer „strategischen Transkulturalität“ entwickeln.

In diesen handlungsorientierten Zugang lässt sich dann auch ein überarbeitetes Konzept von Ethnizität integrieren, das eines essentialistischen und kategorialen Charakters entledigt ist: Konzeptualisiert als Prozess, als die alltägliche Praxis der Zuordnung zu imaginären Gemeinschaften, die – ebenso wie Kultur – zu einem zielgerichtet eingesetzten Instrument entwickelt werden kann. Dies kommt besonders prägnant bei dem gegenwärtigen

<sup>5</sup> Auch BOECKLER verwendet den Begriff der „strategischen Transkulturalität“ (1999, 183), bezieht „strategisch“ jedoch nicht auf das Handeln der Akteure, sondern auf seine wissenschaftliche Verwendung des Konzeptes der Transkulturalität.

Wachstumsmarkt des „Ethnomarketing“ zum Ausdruck, wo durch den strategischen Einsatz vermeintlich „ethnospezifischer“ kultureller Symbole fortlaufend Grenzziehungen produziert und reproduziert werden.

#### **4 „Kultur“ und unternehmerisches Handeln: Konzeptionelle Überlegungen**

Für an der Handlungspraxis ansetzende Untersuchungen zum Verhältnis von Kultur und unternehmerischem Handeln scheint ein Konzept „Transkulturalität als Praxis“ grundsätzlich geeignet zu sein. Es bedarf aber noch einer weiteren Präzisierung und der Einbeziehung prinzipieller Überlegungen des Zugang zum „Kulturellen“, was abschließend thesenartig an fünf Punkten skizziert werden soll:

1. Forschung, die das Verhältnis von Kultur und unternehmerischem Handeln untersucht, darf nicht der Versuchung erliegen, Aussagen über das „Wesenhafte“ einer spezifischen Kultur zu machen. Kultur ist auf solche Weise nicht erfassbar und damit auch als eine allgemeine Kategorie zum Verstehen oder Begründen unternehmerischen Handelns ungeeignet. So könnte es auch z.B. nicht Ziel einer Untersuchung sein, Aussagen über *das* türkische Unternehmertum zu machen – selbst wenn es einheitlichen Regeln folgen würde. Denn wenn, wie oben zugrunde gelegt, Akteure einen reflexiven Zugang zu Kultur besitzen, können auch kulturelle Praktiken letztlich nur als eine spezifische Form der Interpretation von Kultur gedeutet werden. Außerdem handelt es sich immer um Beobachtungen zweiter Ordnung, wenn „von außen“ Feststellungen darüber getroffen werden, wie Subjekte ihre soziale Wirklichkeit interpretieren. Damit besteht, worauf insbesondere GEERTZ (1987) aufmerksam gemacht hat, ein unlösbares Verhältnis zwischen Kultur und Interpretation, weshalb keine endgültigen und allgemeinen Aussagen über Kultur getroffen werden können.
2. Kultur sollte damit primär als Prozess konzeptualisiert werden, weil kulturelle Symbole durch ihre kontinuierliche Interpretation und ihren Gebrauch permanent umgeformt werden. Damit rückt die Frage in den Vordergrund, wie kulturelle Deutungsmuster von Akteuren ständig neu verhandelt werden (SCHIFFAUER 1997, WIMMER 1997). Das für unternehmerisches Handeln skizzierte Konzept der „strategischen Transkulturalität“ muss dann als Fähigkeit umgedeutet werden, mehr oder weniger souverän in unterschiedlichen Diskursfeldern zu operieren, womit auch Fragen der Macht, verstanden als Fähigkeit, seine Deutungen durchzusetzen, in den Mittelpunkt der Betrachtungen rücken müssen. Gleichzeitig – auf diese vermeintliche Paradoxie hat SCHIFFAUER (1997) auf-

merksam gemacht – muss Kultur aber auch als vergleichsweise geschlossenes System konzeptualisierbar sein, weil Handelnde sich in jeder Interaktion immer auf andere Akteure und von ihnen herangezogene Deutungsmuster beziehen und damit zu einer Verfestigung, zu einer in die Handlungspraxis eingebundene Reproduktion „gemeinsamer Deutungsmuster“ beitragen.

3. Aufgrund der prinzipiellen Unbestimmbarkeit von Kultur lassen sich nur Aussagen über einzelne, sich permanent wandelnde kulturelle Symbole treffen wie Sprache oder – mehr auf die Unternehmenspraxis bezogen – Gepflogenheiten der Besiegelung von Absprachen. Denn nur solche Symbole können letztlich als Indikator für spezifische Einordnungs-, Zuordnungs- oder Ausschließungspraktiken im Sinne von „wer oder was ist außen“ oder „wer oder was gehört wozu“ dienen. Solche Grenzziehungen, markiert an kulturellen Symbolen, verweisen damit aber nicht auf eine dahinter liegende absolute Grenze der Kultur, sondern sie laufen eher ineinander, manchmal quer zueinander, was erneut die Unbestimmbarkeit von Kultur als Unität verdeutlicht.
4. Wenn man im Anschluss an die Überlegungen zur Transkulturalität die Partizipation der Akteure an unterschiedlichen, heterogenen, oftmals inkommensurablen symbolischen Ordnungen voraussetzt, bedingt dies, unternehmerisches Handeln immer als kontextabhängig zu betrachten. Überträgt man Kontextualität auf den reflexiven Gebrauch kultureller Ordnungen bedeutet dies, dass der Sinngehalt einer Handlung oder Interaktion nur danach beurteilt werden kann, ob er einer *bestimmten* Situation entspricht, und nicht mehr daraus, ob er einem in *allen* Situationen gültigen, übergreifenden Bedeutungssystem des Handelnden gerecht wird.
5. Die Kontextualität des Handelns ergibt sich allerdings nicht nur aus den jeweiligen sozialen Beziehungen oder der Einbindung in unterschiedliche Netzwerke. Sie beinhaltet darüber hinaus auch eine räumliche Perspektive. Und zwar in dem Sinne, dass erdräumliche Ausschnitte eine subjekt-spezifische, teilweise intersubjektiv geteilte symbolische Bedeutung erlangen und als solchermaßen symbolisch strukturierte Handlungsräume als – mit WERLEN (1997) – „signifikative Regionalisierungen“ ein Faktor bei der Konstitution der Sinnhaftigkeit unternehmerischen Handelns werden (vgl. detaillierter PÜTZ 2003b). Man denke z.B. an die symbolische Aufladung mancher Teile Berlin-Kreuzbergs als „türkische Ökonomie“, die sich im unternehmerischen Handeln in vielfältiger Weise – sei es in der Regionalisierung von Marktgebieten, sei es in der konkreten Standortwahl – niederschlagen kann.

## 5 Literatur

- AMIN, A. und N. THIRIFT 1997: Globalization, Socio-economics, Territoriality. In: LEE, R. und J. WILLS (Hrsg.): *Geographies of Economics*. London u.a., S. 147–157.
- APPADURAI, A. 1998: Globale ethnische Räume. Bemerkungen und Fragen zur Entwicklung einer transnationalen Anthropologie. In: BECK, U. (Hrsg.): *Perspektiven der Weltgesellschaft*. Frankfurt am Main, S. 11–40.
- ATIAD (Hrsg.) 2001: *Türkischstämmige Unternehmer in Deutschland und Europa 1961–2010. Die treibende Kraft*. Düsseldorf.
- BARNETT, C. 1998: Cultural Twists and Turns. In: *Environment and Planning D: Society and Space* 16 (6), S. 631–634.
- BATHIELT, H. und J. GLÜCKLER 2000: Netzwerke, Lernen und evolutionäre Regionalentwicklung. In: *Zeitschrift für Wirtschaftsgeographie* 44, S. 167–182.
- BECK, U. (Hrsg.) 1998: *Perspektiven der Weltgesellschaft*. Frankfurt am Main.
- BECK, U. 2000: Das Andere ist mir selbst das Nächste. In: *Süddeutsche Zeitung*, 28./29.10.2000.
- BOECKLER, M. 1999: Entterritorialisierung, „orientalische“ Unternehmer und die diakritische Praxis der Kultur. In: *Geographische Zeitschrift* 87 (3), S. 178–193.
- BOECKLER, M. und P. LINDNER 1999: „Cultural Turn“? Zum Umgang mit der „Entterritorialisierung von Kultur“ in der Wirtschafts- und Sozialgeographie (= Paper der Tagung: Kultur und Region im Zeichen der Globalisierung, Erlangen, 14.–15.1.1999).
- DUYMAZ, I. 1988: Selbständige Erwerbstätigkeit von Ausländern als Integrationsindikator am Beispiel der türkischen Selbständigen im Ruhrgebiet. In: *Zeitschrift für Ausländerrecht und Ausländerpolitik* 8 (2), S. 66–73.
- ESCHIER, A. 1999: Das Fremde darf fremd bleiben! Pragmatische Strategien des „Handlungsverstehens“ bei sozialgeographischen Forschungen im „islamischen Orient“. In: *Geographische Zeitschrift* 87 (3), S. 165–177.
- GEERTZ, C. 1987: *Dichte Beschreibung: Beiträge zum Verstehen kultureller Systeme*. Frankfurt am Main.
- GERTLER, M.S. 1997: The Invention of Regional Culture. In: LEE, R. und J. WILLS (Hrsg.): *Geographies of Economics*. New York, S. 47–58.
- GIDDENS, A. 1997: *Die Konstitution der Gesellschaft: Grundzüge einer Theorie der Strukturierung*. Frankfurt am Main (= *Theorie und Gesellschaft* 1).
- GOLDBERG, A. und F. ŞEN 1997: Türkische Unternehmer in Deutschland. Wirtschaftliche Aktivitäten einer Einwanderungsgesellschaft in einem komplexen Wirtschaftssystem. In: *Leviathan (Sonderheft 17)*, S. 63–84.
- GOLDBERG, A., Y. ULUSOY und G. KIZILOCAK 1999: *Der türkische Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland: Erfolgsgeschichte und Zukunftsperspektiven*. Essen.
- GRABHER, G. 1993: Rediscovering the Social in the Economics of Interfirm Relations. In: GRABHER, G. (Hrsg.): *The Embedded Firm: On the Socioeconomics of Industrial Networks*. London u.a., S. 1–32.
- GRANOVETTER, M. 1985: Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness. In: *The American Journal of Sociology* 91, S. 481–510.
- GRANOVETTER, M. 1995: The Economic Sociology of Firms and Entrepreneurs. In: PORTES, A. (Hrsg.): *The Economic Sociology of Immigration. Essays on Networks, Ethnicity, and Entrepreneurship*. New York, S. 128–165.
- HABERFELLNER, R. und F. BETZ 1999: *Ethnische Ökonomien als Lebens-, Arbeits- und Ausbildungsstätten. Endbericht Teil 1: Ergebnisse der Forschungsarbeit*. Wien.
- HILLMANN, F. 1998: *Türkische UnternehmerInnen und Beschäftigte im Berliner ethnischen Gewerbe*. Berlin (= *Discussion Paper Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung FS I*).



- HILLMANN, F. 1999: A look at the 'hidden side': Turkish women in Berlin's ethnic labour market. In: *International Journal of Urban and Regional Research* 23 (2), S. 267–282.
- HILLMANN, F. 2000: Ethnisierung oder Internationalisierung? Ethische Ökonomien als Schnittpunkte von Migrationssystem und Arbeitsmarkt in Berlin. In: *Prokla* 30 (3), S. 415–432.
- KONTOS, M. 2000: Bildungsprozesse, Abbrüche und die Motivation zur Selbständigkeit – Überlegungen zum Konzept biographischer Ressourcen. In: *Hessische Blätter für Volksbildung* 50 (1), S. 44–57.
- LIGHT, I. 1987: Unternehmer und Unternehmertum ethnischer Gruppen. In: HEINEMANN, K. (Hrsg.): *Soziologie wirtschaftlichen Handelns*. Opladen, S. 193–215 (= *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*).
- LIGHT, I. und C. ROSENSTEIN 1995: *Race, Ethnicity, and Entrepreneurship in Urban America*. New York.
- LUNDAVALL, B.-A. 1988: Innovation as an Interactive Process: From User-producer Interaction to the National System of Innovation. In: DOSI, G. u.a. (Hrsg.): *Technical Change and Economic Theory*. London, S. 349–369.
- MARS, G. und R. WARD 1984: *Ethnic Business Development in Britain: Opportunities and Resources*. In: WARD, R. und R. JENKINS (Hrsg.): *Ethnic Communities in Business. Strategies for Economic Survival*. Cambridge, S. 1–19.
- OINAS, P. 1997: On the socio-spatial embeddedness of business firms. In: *Erdkunde* 51, S. 23–32.
- ÖZCAN, V. und W. SEIFERT 2000: Selbständigkeit von Immigranten in Deutschland – Ausgrenzung oder Weg der Integration? In: *Soziale Welt* 51, S. 289–302.
- PORTES, A. 1995: Economic Sociology and the Sociology of Immigration: A Conceptual Overview. In: PORTES, A. (Hrsg.): *The Economic Sociology of Immigration. Essays on Networks, Ethnicity, and Entrepreneurship*. New York, S. 1–41.
- PÜTZ, R. 2003a: Unternehmer türkischer Herkunft in Deutschland. Der „Gründungsboom“ aus makroanalytischer Perspektive. In: *Geographische Rundschau* 55 (4), S. 26–31.
- PÜTZ, R. 2003b: Kultur und unternehmerisches Handeln – Perspektiven der „Transkulturalität als Praxis“. In: *Petermanns Geographische Mitteilungen* 147 (2), S. 76–83.
- RATH, J. und R. KLOOSTERMAN 2000: Outsider Business: A Critical Review of Research on Immigrant Entrepreneurship. In: *International Migration Review* 34 (3), S. 657–681.
- RECKWITZ, A. 1997: Kulturtheorie, Systemtheorie und das sozialtheoretische Muster der Innen-Außen-Differenz. In: *Zeitschrift für Soziologie* 26 (5), S. 317–336.
- RECKWITZ, A. 1999: Praxis – Autopoiesis – Text. Drei Versionen des Cultural Turn in der Sozialtheorie. In: RECKWITZ, A. und H. SIEVERT (Hrsg.): *Interpretation. Konstruktion. Kultur: Ein Paradigmenwechsel in den Sozialwissenschaften*. Opladen, S. 19–49.
- RECKWITZ, A. 2000: Die Transformation der Kulturtheorien: Zur Entwicklung eines Theorieprogramms. *Weilerswist*.
- RODRÍGUEZ-POSE, A. 2001: Killing Economic Geography with a „Cultural Turn“ Overdose. In: *Antipode* 33 (2), S. 176–182.
- SAXENIAN, A. 1994: *Regional Advantage: Culture and Competition in Silicon Valley and Route 128*. Cambridge.
- SCHIFFAUER, W. 1997: *Fremde in der Stadt*. Frankfurt am Main.
- ŞEN, F. 1997a: Das Modellprojekt Regionale Transferstellen für die Integration ausländischer Unternehmer des Zentrums für Türkeistudien in Nordrhein-Westfalen. In: *Wohnbund e.V.* (Hrsg.): *Migration, Stadt im Wandel*. Darmstadt, S. 124–126.
- ŞEN, F. 1997b: Türkische Selbständige in der Bundesrepublik. In: *Geographische Rundschau* 49 (7–8), S. 413–417.
- STATISTISCHES BUNDESAMT 2001: *Ausländer nach Familienstand, Staatsangehörigkeit und Beteiligung im Erwerbsleben*. Bonn.

- WALDINGER, R., H. ALDRICH und R. WARD 1990: Opportunities, Group Characteristics, and Strategies. In: WALDINGER, R., H. ALDRICH und R. WARD (Hrsg.): *Ethnic Entrepreneurs: Immigrant Business in Industrial Societies*. Newbury Park u.a. (= Sage Series on Race and Ethnic Relations 1).
- WELSCH, W. 1992: Transkulturalität. Lebensformen nach Auflösung der Kulturen. In: *Information Philosophie*, H. 2, S. 5–20.
- WELSCH, W. 1999: Transculturality: The Puzzling Form of Cultures Today. In: FEATHERSTONE, M. und S. LASH (Hrsg.): *Spaces of Culture*. London u.a., S. 194–213.
- WERLEN, B. 1997: Sozialgeographie alltäglicher Regionalisierungen. Band 2: Globalisierung, Region und Regionalisierung. Stuttgart (= Erdkundliches Wissen, 119).
- WIEBE, D. 1984: Zur sozioökonomischen Bedeutung der türkischen Gewerbetreibenden in der Bundesrepublik Deutschland. In: BRANDT, H. J. und C.-P. HAASE (Hrsg.): *Begegnungen mit Türken, Begegnungen mit dem Islam*. Hamburg, S. 319–326.
- WILPERT, C. 1998: Migration and Informal Work in the New Berlin: New Forms of Work or New Sources of Labour? In: *Journal of Ethnic and Migration Studies* 24 (2), S. 269–294.
- WIMMER, A. 1997: Die Pragmatik der kulturellen Produktion. Anmerkungen zur Ethnozentrismusproblematik aus ethnologischer Sicht. In: BROCKER, M. und HEINO H. NAU (Hrsg.): *Ethnozentrismus: Möglichkeiten und Grenzen des interkulturellen Dialogs*. Darmstadt, S. 120–140.
- ZENTRUM FÜR TÜRKEISTUDIEN (Hrsg.) 1989: *Türkische Unternehmensgründungen: Von der Nische zum Markt?* Opladen (= Studien und Arbeiten des Zentrums für Türkeistudien, 5).
- ZENTRUM FÜR TÜRKEISTUDIEN (Hrsg.) 1991: *Ausländische Betriebe in Nordrhein-Westfalen: Eine vergleichende Untersuchung zur unternehmerischen Selbständigkeit von Türken, Italienern, Griechen und Jugoslawen*. Opladen (= Studien und Arbeiten des Zentrums für Türkeistudien, 7).
- ZUKIN, S. und P. DIMAGGIO 1990: Introduction. In: ZUKIN, S. und P. DIMAGGIO (Hrsg.): *Structures of Capital. The Social Organization of the Economy*. New York u.a., S. 1–36.