

Inhalt

VORWORT.....	7
1 THEORETISCHE UND KONZEPTIONELLE GRUNDLAGEN.....	9
1.1 Einleitung.....	9
1.2 Terminologie, theoretische Grundlagen.....	12
1.2.1 Migrant Entrepreneurship.....	12
1.2.2 Ethnic Entrepreneurship.....	13
1.2.3 International Entrepreneur.....	15
1.2.4 Refugee Entrepreneurship.....	16
1.2.5 Diaspora und Diaspora Entrepreneurship.....	16
1.3 Die Beziehungen zwischen den kurdischen und türkischen Diasporas in Europa.....	25
1.4 Relevante Basiskonzepte der Analysen.....	27
1.4.1 Einleitung.....	27
1.4.2 Das Konzept der „mixed embeddedness“.....	27
1.4.3 Soziale Netzwerke – Granovetter „Weak and Strong Ties“.....	30
1.4.4 Role Models.....	33
1.4.5 Communityspezifische Effekte.....	34
1.4.6 Der Gender Gap in der Migrant Entrepreneurship.....	35
1.4.7 Fazit.....	38
2 DIE DATENLAGE.....	39
2.1 Die Struktur des Samples.....	41
3 ZENTRALE FRAGESTELLUNGEN DER STUDIE.....	48
4 EMPIRISCHER TEIL – DIE DIASPORA-ENTREPRENEURSHIP DER KURDI- SCHEN COMMUNITIES IN WIEN IM SPIEGEL DER INTERVIEWS.....	51
4.1 Reflexionen zur Datenerhebung aus der Perspektive der Interviewerinnen.....	51
4.1.1 Erfahrungsbericht Amadia Kilic.....	51
4.1.2 Erfahrungsbericht Sandra Punz.....	54
4.2 Ankommen: Aspekte der Migrationsbiographien von Kurd/inn/en.....	57
4.2.1 Migrationsursachen und ihre intergenerationalen Veränderungen.....	57
4.2.2 Generationenbezogene Spezifika und Unterschiede.....	59

4.3 <i>Selbständig werden: Von der Geschäftsidee zur Umsetzung</i>	63
4.3.1 Motive für die Unternehmensgründung, Einstellungen zur Entrepreneurship	63
4.3.2 Hürden im Rahmen der Unternehmensgründung.....	73
4.3.3 Unterstützungen bei der Gründung	75
4.3.4 Institutionelle Fördermaßnahmen für Migrant Entrepreneurs.....	82
4.3.5 Finanzierung.....	87
4.4 <i>Selbständig bleiben: Erfahrungen mit Branchen, Standorten, Kund/inn/en, Mitarbeiter/inne/n und Werbestrategien</i>	89
4.4.1 Räumliche Einbettung und Standortwahl.....	89
4.4.2 Mitarbeiter/innen- und Kund/inn/enstruktur	97
4.4.3 Werbestrategien	106
4.5 <i>Zur Rolle der ethnischen Identität: (Un-)Sichtbarkeit in der Selbständigkeit</i>	109
4.5.1 Relationen zu anderen Migrant/inn/encommunities, ethnische Konflikte	109
4.5.2 Identitäten und die Sichtbarkeit in der Selbständigkeit.....	116
4.5.3 Branchenstruktur: Existiert eine kurdische Nischenökonomie?	125
4.5.4 Kontakte und Kooperationen mit Organisationen der kurdischen Diaspora sowie Unternehmerorganisationen	129
4.5.5 Intersektionalität von Diskriminierungserfahrungen.....	137
4.6 <i>Gender Role Models und Familie</i>	143
4.6.1 Der Gender Gap in der Diaspora Entrepreneurship und die Relevanz von (Gender) Role Models	143
4.6.2 Genderspezifische Arbeitsteilung im Unternehmen.....	153
4.7 <i>Reflexionen über die Selbständigkeit</i>	156
4.7.1 Vor- und Nachteile der Familienunternehmen.....	156
4.7.2 Unternehmerische Bildungs- und Berufsbiographien sowie Karriereverläufe.....	157
4.7.3 Zielerreichung, Unternehmer/innenstolz und Empowerment	167
4.7.4 Die Kehrseite des Erfolgs: Selbständigkeit als Belastung.....	169
4.8 <i>Aktuelle Entwicklungen und Herausforderungen</i>	170
4.8.1 Re-Islamisierungstendenzen.....	170
4.8.2 Auswirkungen der COVID-19-Pandemie	172
5 RESÜMEE	179
5.1 <i>Angelpunkte der Entrepreneurship in den kurdischen Communities in Wien</i>	179
5.2 <i>Schlüsselbereiche der Förderung der Diaspora Entrepreneurship</i>	185
6 ZITIERTE LITERATUR	189