Afrika Union Gummersbach

Integrationsbeauftragter der Stadt Gummersbach

Protokoll

EMPOWERMENT DAY

Oberbergischer Kreis (OBK)

(11. Mai 2013, Caritas – Talstr. 1, 51643 Gummersbach)

1. Zusammenfassung der Gesamtveranstaltung

Zusammen mit der Afrika Union Gummersbach (AUG) und mit der Unterstützung der Caritas, die auf unbürokratische Weise ihre Räumlichkeiten zur Verfügung stellte, führten Engagement Global und die Fachstelle für Migration und Entwicklung NRW den ersten EMPOWERMENT DAY in einer zumindest für Nordrhein-Westfalen eher ländlich geprägten Region durch. Dies ist umso erwähnenswerter, nachdem die ersten beiden E-Days mit Essen und Bochum mitten im urbanen Ballungsgebiet NRWs per se – dem Ruhrpott – stattgefunden hatten. An den Planungen im Vorfeld wirkte auch der Integrationsbeauftragte der Stadt Gummersbach mit, der das Zustandekommen der Veranstaltung ebenfalls nach Kräften unterstützte. Das Motto der Afrika Union Gummersbach lautet „Gemeinsam sind wir stark“, und dieses Motto, das der erste Vorsitzende Herr Celestine Unaichi in seiner Begrüßungsrede bekräftigte, war Programm. Man könnte meinen, dass in einer ländlich geprägten Region wie dem Oberbergischen Kreis in puncto afrikabezogene Aktivitäten nicht viel passiert, aber weit gefehlt. Zwar trifft man im Oberbergischen Kreis nicht auf eine Vereinslandschaft wie beispielsweise in den urbanen Zentren des Bundeslandes mit der weitaus größten afrikanischen Community Deutschlands. Während es in den Großstädten etliche Vereine mit einem konkreten Länder- oder Themenbezug gibt, kann man sich dort „diesen Luxus“ nicht leisten. So gesehen ist die Afrika Union Gummersbach kein Spezialist für ein bestimmtes Thema oder ein bestimmtes Land, sondern ein Allrounder. Im Gegensatz zu einer unter Umständen durch Konkurrenzkämpfe geprägten Vereinslandschaft in einigen Großstädten ziehen die Mitglieder der AUG alle an einem Strang, wenn es um die Berücksichtigung afrikanischer Interessen im Oberbergischen Kreis geht. Frau Eva-Maria Müller von der Caritas sowie der Integrationsbeauftragte des Kreises, Herr Dr. Christian Dickschen, die beide in der Begrüßungsrunde ausdrücklich die Arbeit der AUG lobten, haben es zumindest ein wenig leichter als ihre KollegInnen aus den Großstädten, wenn es darum geht, die organisierten afrikanischen Akteure vor Ort anzusprechen, ohne dabei jemanden ungewollt zu übergehen.

Im Fokus des Interesses des EMPOWERMENT DAY stand eindeutig das Thema Existenzgründung / „Migrationswirtschaft.“ Die ReferentInnen beleuchteten diesen komplexen Themenbereich aus verschiedenen Perspektiven und konnten mehrere Impulse für die „unternehmenslustigen“ Akteure vor Ort aussenden. So konnten vorhandene Ideen um neue Aspekte erweitert werden. Es wurde aber auch deutlich, dass es nicht nur um reine Geschäftsideen und den zu erwartenden Profit gehen soll: Wirtschaftlicher Erfolg befähigt die UnternehmerInnen auch dazu, einen größeren Beitrag für die Entwicklung ihrer Herkunftsländer zu leisten, sei es durch Rücküberweisungen, sei es durch konkrete Projekte, die man vor Ort realisiert. Das rege Interesse und die aktive Teilnahme vieler Anwesender an diesem Workshop ließen keinen Zweifel daran, dass sich im Oberbergischen Kreis wohl sehr wahrscheinlich in absehbarer Zeit in dieser Richtung etwas tun wird.

Der EMPOWERMENT DAY diente in erster Linie der Vernetzung und der Weiterqualifizierung. Aber an dieser Stelle ist ebenfalls unbedingt zu erwähnen, das sich im Rahmen der Veranstaltung auch die nächste Generation, also Kinder und Jugendliche, öffentlich zu Afrika bekannten: In der von den Klängen einer Kora (ein in weiten Teilen Westafrikas verbreitetes Saiteninstrument) begleiteten Kurzaufführung „Warum ich mich zu Afrika bekenne…“ sollte verdeutlicht werden, dass auch die in Deutschland geborene und hier sozialisierte Jugend dennoch nicht den Bezug zu Afrika verloren hat. Dies ist angesichts des demographischen Wandels in Deutschland auch nicht ganz unwichtig, wenn es beispielsweise um die Zukunft der deutsch-afrikanischen (Entwicklungs)Zusammenarbeit geht. Mit Kora-Musik und ausgelassenen Gesprächen klang der EMPOWERMENT DAY dann allmählich aus. Die AUG und die Fachstelle für Migration und Entwicklung NRW sind sich sicher, dass es heißen muss: „Fortsetzung folgt.“

2. Workshop „Existenzgründung / Migrationswirtschaft“ (Frau Margaret Kioko, Herr Horst Pabst, Herr Mathias Klüver)

Generell: Das Wort „Migrationswirtschaft“ kann je nach Kontext Tätigkeiten in Deutschland und / oder im Ausland, insbesondere in den Herkunftsregionen der jeweiligen Akteure umfassen.

a) Input

- **Im Gegensatz zur deutschen Gesamtwirtschaft wächst die sogenannte Migrationswirtschaft in Deutschland**, das heißt, dass sich proportional gesehen mehr Menschen mit sogenanntem Migrationshintergrund selbstständig machen als Menschen ohne Migrationshintergrund. Es muss erwähnt werden, dass einer von vielen Gründen für die hohe Existenzgründungsrate auch die verhältnismäßig höhere Arbeitslosigkeit unter MigrantInnen in Deutschland ist (oftmals trotz entsprechender beruflicher Qualifikationen).
- Im Durchschnitt sind ein bis zwei Jahre notwendig, um eine Existenzgründung nachhaltig zu festigen.
- Unter den UnternehmerInnen in Deutschland machen Menschen mit afrikanischem Hintergrund derzeit ungefähr ein Prozent aus.
- Nach wie vor sind deutsche UnternehmerInnen im europäischen Vergleich in der Regel skeptisch, wenn es um geschäftliche Investitionen in Afrika geht.
- „Vertrauensleute“ für wirtschaftliches Engagement auf dem afrikanischen Markt unentbehrlich.
- **Wenn man nicht über die beruflichen Voraussetzungen verfügt, um sich in einem gewissen Bereich selbstständig zu machen, kann es sinnvoll sein, sich zu informieren, ob es etwaige Nischen gibt, über die man dennoch in diesem Bereich tätig werden kann**: Als Beispiel wurde der Beruf Frisör genannt. Ohne Meisterbrief ist es zwar nicht möglich, offiziell einen Frisörladen zu eröffnen. Es ist jedoch dennoch möglich, de facto als FrisörIn tätig zu werden, indem man sich etwa als HaardesignerIn / HaarstylistIn selbstständig macht (Sondergenehmigung der Handwerkskammer / Friseurinnung). Dann ist man nicht an den Meisterbrief gebunden. Man darf dann gewisse Arbeiten, die ein anerkannter Frisör verrichten darf (Beispiel Dauerwelle), nicht anbieten, denn solche Arbeiten müssen im Rahmen der Ausbildung offiziell erlernt worden sein. Aber abgesehen von solchen Einschränkungen ist es so dennoch möglich, im gewünschten Berufsfeld tätig zu werden.
- Unabhängig von der offiziell bescheinigten Expertise in einem gewissen Bereich **ist es aber für jegliche finanzielle Förderung** (etwa durch das Jobcenter oder die IHK) **unerlässlich, gewisse fachliche Qualifikationen glaubhaft nachweisen zu können**.
- Jobcenter bezuschussen gute Geschäftsideen mit einem ausgefeilten Businessplan mit Krediten von bis zu 5000 Euro. Banken – abgesehen von Ausnahmen (in NRW etwa die NRW-Bank) – vergeben in diesem Bereich in der Regel keine Kredite.
- Zum Umfang eines **Businessplans**: 20-25 Seiten sind beispielsweise bei der IHK normal. Enthalten sein müssen darin:

    - Informationen zur eigenen Person sowie zur Motivation
    - Der Businessplan im engerem Sinne
    - Einschätzung des Marktes, des Standorts sowie der Zukunftsperspektiven

- Wer ausschließlich die eigene Community als Zielgruppe seiner Geschäftsidee anvisiert, sollte sich entsprechende Zahlen bei der Ausländerbehörde einholen, um einen Überblick über deren Größe zu haben.
- Auf NRW gezogen lösen sich ca. Zweidrittel aller Geschäftsneugründungen nach zwei bis drei Jahren wieder auf. **Gründe, warum Unternehmen nicht funktionieren**, können sein:

    - Standortprobleme
    - Mangelnde oder schlechte Öffentlichkeitsarbeit
    - Unzureichendes Wissen in rechtlichen Fragen (Stichwort „Kleingedrucktes“)
    - Fehleinschätzung der laufenden Kosten
    - Zu wenig Eigenkapital vorhanden

- Generell ist der Besuch eines Steuerkurses für ExistenzgründerInnen ratsam (angeboten beim Finanzamt oder der IHK)

b) Grundlegende Fragen

- Besteht überhaupt ein Markt für meine Geschäftsidee? Wenn ja: Ist dieser Markt bereits (durch die Konkurrenz) erschöpft?
- Verfüge ich über ausreichende fachliche und rechtliche Kenntnisse?

c) Frage-Antwort-Runde

- **In welchem Bereich machen sich die meisten AfrikanerInnen in NRW selbstständig?**

Im Bereich Afro-Beauty-Shop, also in Bereichen, in denen man von einer festen Kundschaft in der eigenen Community ausgehen kann.

- **Wie hoch ist die Quote derjenigen, die scheitern?**

Im zuvor genannten Bereich relativ gering. Gründe für das Scheitern: Siehe weiter oben auf dieser Seite.

- **Was ist bei der Einfuhr von Gemüse etc. zu beachten?**

In jedem Fall kann und soll man sich im Vorfeld beim Zoll darüber informieren, welche Waren unter welchen Bedingungen eingeführt werden dürfen. Insbesondere die Einfuhr leicht verderblicher Waren wie Fleisch und Fisch kann problematisch sein. Generell verfügen die meisten Waren beim Zoll bereits über eine Kennnummer. Sollte dies bei einer bestimmten Ware noch nicht der Fall sein, so kann eine Zertifizierung durch Institute wie das Fresenius-Institut erfolgen.

d) Projekt „Afroshop“

Da der Anteil von Menschen mit afrikanischem Hintergrund im Oberbergischen Kreis kontinuierlich wächst, aber eine Einkaufsinfrastruktur wie sie vor allem in größeren Städten vorhanden ist, vor Ort noch nicht besteht, werden Überlegungen in der AUG laut, dies zu ändern. Zurzeit gäbe es allein im Umfeld der AUG ca. 200 Personen, die mit den Produkten aus sogenannten Afroshops versorgt werden müssen. Dafür ist es nötig, regelmäßig mit dem Auto in das ungefähr 50 Kilometer entfernte Köln zu fahren. Dies kostet Zeit und Geld. Folgende Punkte sind festzuhalten:

- Wenngleich es für die Anfangsphase angedacht ist, einen Afroshop im Namen des Vereins vorerst auf ehrenamtlicher Basis und mit eingeschränkten Öffnungszeiten zu betreiben, so muss es dennoch das Ziel sein, durch diesen Shop so schnell wie möglich bezahlte Arbeitsplätze (zumindest auf 400-Euro-Basis) zu schaffen.
- Da es sehr enge Grenzen für einen ehrenamtlich und gemeinnützig arbeitenden Verein gibt, wenn es um die Erwirtschaftung von Gewinnen geht, ist die angedachte Anfangsphase im eigenen Interesse schnellstmöglich zu überwinden.
- Ratsam wäre es, das Angebot nach Möglichkeit auch an die Mitglieder der sogenannten Mehrheitsgesellschaft zu richten. Neben dem Warenangebot könnte dies durch besondere kulinarische, kulturelle oder informative Angebote gelingen. Gegebenenfalls könnten diese Mehreinnahmen auch als finanzielle Basis für entwicklungspolitisch relevante Projekte in den Herkunftsregionen der Vereinsmitglieder dienen. Zumindest ist es nicht unwahrscheinlich, dass ein gewisser Teil der sogenannten Mehrheitsgesellschaft gerne einkauft und weitere Angebote in Anspruch nimmt oder aber sogar Geld spendet, wenn er weiß, dass das Geld oder ein Teil davon in Projekte in den Herkunftsländern der Vereinsmitglieder fließt.
- Sollte sich der Afroshop etabliert haben, kann er schrittweise um zusätzliche Angebote erweitert werden. Im Idealfall würden die Räumlichkeiten auch als Treffpunkt dienen und je nach konkretem Umfang möglicherweise sogar als offizieller Vereinsversammlungsort genutzt werden können. Als Stichwort sei hier „Afrikanisches Zentrum“ erwähnt, das quasi verschiedenste Bereiche nach und nach abdeckt.

e) Grundsätzliche Überlegungen zu Marketing

Gerade bei einem Verein, der von Beginn an mit knappen finanziellen Ressourcen zu kämpfen hat, ist es wichtig, dass vor allem überzeugende PR gemacht wird und weniger Werbung. Folgende Tabelle veranschaulicht in Kurzform, weshalb dies so ist.

(Quelle Schaubild: Flipchart-Tabelle von Mathias Klüver)

3. Fotodokumentation

EMPOWERMENT DAY

EMPOWERMENT DAY

EMPOWERMENT DAY

EMPOWERMENT

WERMENT DAY

MPOWERM

EMPOWERMENT DAY

EMPOWERMENT DAY

EMPOWERMENT DAY
EMPOWERMENT DAY