

► Verein Wirtschaft & Integration: Österreich benötigt Zuwanderer dringend

Die Feindbilder-Stürmer



Brunnenmarkt: Ein Unternehmer mit Ali Rahimi, Georg Kraft-Kinz, und Svetelina Damjanova (v. li. n. re.)

VON REINHARD GÖWEIL

Das die beiden Freunde in Wien gut vernetzt sind, zeigt sich schon an der Tatsache, dass der eine mit 44, der andere mit 46 bereits Kommerzialrat ist. Keiner der beiden schaut wie einer aus. Georg Kraft-Kinz, smarter Banker bei der Raiffeisen Landesbank Wien-Niederösterreich und dort Vorstandsmitglied und Ali Rahimi, umtriebiger Teppichhändler in der Wiener Innenstadt. Der eine stammt aus konservativer Familie, der andere auch, allerdings aus einer iranischen. Rahimis Vater würde persische Familie sagen.

Sowohl Kraft-Kinz als auch Rahimi ärgerten sich über Qualität sowie Art und Weise wie in Wien das Thema Integration ausländischer oder zugewandener Bürger diskutiert wird.

„Wir haben nach Gesprächen mit vielen Freunden festgestellt, so geht das nicht, das müsste was gemacht werden“, sagte Rahimi. Das sagen wohl viele, aber die beiden machten tatsächlich was. Sie gründeten den Verein „Wirtschaft & Integration“.

Kein Sozialverein „Wir wollten das Thema von Anfang an anders angehen. Wir sind ein Wirtschaftsverein, keine soziale Einrichtung“, sagte Kraft-Kinz.

Anliegen ist es, das Thema Zuwanderung und Integration aus der politischen Sackgasse zu holen. „Wir vernet-



sprächspartner ab“, nennt es Kraft-Kinz. „Die Stadt Wien hat mir so viel gegeben, sie hat mir eine Ausbildung ermöglicht, und eine beruf-

„Wer hierherkommt, muss sich auch integrieren. Dazu gehört die Sprache.“

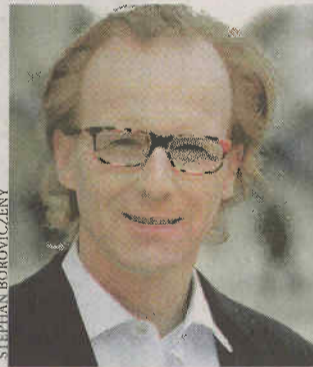
Ali Rahimi Unternehmer

zen bestehende Projekte, wir bringen Leute zusammen. Wer miteinander spricht, baut Vorurteile zum Ge-

liche Existenz. Ich will Wien etwas zurückgeben“, sagte Rahimi. „Außerdem kommt mir die Mentalität des

Landes sehr entgegen. Da wird ja auch gerne geredet.“

Über Zuspruch brauchen sie sich nicht zu beklagen, sie werden regelrecht überannt mit Vorschlägen. Am Brunnenmarkt wird das Diskussionsforum „Brunnenpassage“ eingerichtet, um Unternehmern eine Plattform zu geben, über Integration zu sprechen. Der eine mag Hemmungen haben, zugewanderten Jugendlichen eine Stelle zu geben, der andere könnte wegen mangelnder Sprachkenntnisse so manches Geschäft



bilden mittlerweile die wohl größte Unternehmergruppe in Wien, sie sind sowohl für einen Kommerzbanker als auch für einen Teppich-

„Wir sind ein Wirtschaftsverein. Zuwanderer bringen Unternehmen neue Chancen.“

Georg Kraft-Kinz Banker

sausen lassen. Es gibt handfeste wirtschaftliche Interessen – was die Entkrampfung der Debatte fördert. Türken

händler potenzielle Kunden. Ein Viertel aller Wiener Unternehmer hat einen – wie es so kurios heißt – Migrationshintergrund.

„Bildung ist das Schlüsselwort, auch da wollen wir was machen“, so Kraft-Kinz. Er sammelt bei Unternehmen Geld ein. Mit der Zeitschrift *biber* wird eine Lehredaktion eingerichtet, Zugewanderte sollen über ihre Themen berichten. Später auch in anderen Zeitungen. Auch Deutschkurse werden finanziell ermöglicht.

Sprache „Wer hierherkommt, muss sich integrieren, dazu gehört die Sprache“, meint Rahimi trocken. Firmen wie Rewe, Novomatic, Porr, Uniq, Wien Holding, Hohegger-PR, machen mit. Um die Fülle an Projekten sichten zu können, zahlt die Bank dem Verein nun mit Svetelina Damjanova eine Geschäftsführerin. Denn die beiden Freunde haben ja einen Brotberuf. Und Freizeit-Interessen. Kraft-Kinz: „Der Spaß darf dabei nicht zu kurz kommen. Verbiesterte Debatten gibt es genug.“

► Unternehmerinnen

„Euer Bild der Türkei ist nur die halbe Wirklichkeit“

Der türkische Taxifahrer reagiert überrascht, als er bemerkte, dass er drei Unternehmerinnen aus seiner Heimat durch Wien kutscherte. „Es ist ungewöhnlich für Türken, zu sehen, dass türkische Frauen nach Wien kommen, um Geschäfte zu machen“, sagt Gülseren Onaç, Inhaberin des zweitgrößten türkischen Online-Ticketunternehmens Ticketurk.

Sie hat mit 12 türkischen Unternehmerinnen in der Vorwoche Wien besucht, um „Kontakte zu knüpfen und das Image der Türkei zu verändern“. „Eurer Bild von der Türkei ist nur die halbe Wirklichkeit“, sagt die Unternehmerin. Die Österreicher sähen die türkischen Emigranten – Taxi-

fahrer, Arbeiter, Frauen mit Kopftuch. Es gibt aber auch „die andere Türkei“: Gebildete, selbstständige Frau-



Gülseren Onaç: Präsidentin türkischer Unternehmerinnen

en, Unternehmerinnen.

Sie selbst wurde von Kindesbeinen an zu Selbstständigkeit erzogen. „Bevor du eine Beamtin wirst, verkauf Zitronen auf der Straße“, pflegte ihr Vater zu sagen. „Diese Denkweise prägte mich. Ich wollte mein eigenes Unternehmen“, sagt sie.

Noch ist der Anteil der Frauen unter den Unternehmern in der Türkei klein: Etwa sechs Prozent der 1,2 Millionen Selbstständigen des Landes sind Frauen. Die Akzeptanz von Unternehmerinnen im Land sei geteilt, sagt Onaç. Einer Umfrage zufolge, sagten 42 Prozent der Türiinnen, dass ihre Familie und ihre Freunde sie gerne als Unternehmerinnen sehen würden. 45 Pro-

zent schrieben Frauen dagegen nur die Rolle aus Ehefrau und Mutter zu.

Onaç will das Bild der selbstständigen Türkin, der Unternehmerin nach außen tragen und sucht mit ihrer Initiative „Women Entrepreneurs Association of Turkey“, der sie vorsteht, Unterstützung in Europa. Erste Bande zu Wirtschaftskammer und Industriellenvereinigung in Österreich hat sie bereits geknüpft. Und mit ihrem Brüsseler Büro hat die Unternehmerinnen-Initiative bereits einen Erfolg verbucht. Mit Hilfe der EU wurde im türkischen Parlament eine „Gleichheitskommission“ eingerichtet, die neue Gesetze auf mögliche Benachteiligung von Frauen prüft. – Irmgard Kischko