

*Ethnomarketing
Teil-2: Generationen von türkischen Gastarbeitern in Österreich*

Die Koffer sind endlich ausgepackt

Die türkischstämmigen Menschen in Österreich stellen heute eine der interessantesten und attraktivsten Zielgruppen aus der Sicht des Ethnomarketing dar. Die Diskussionen über Integration lassen oft einige wirtschaftliche Aspekte aus dem Blickfeld verschwinden.

Das gegenwärtig herrschende Bild über die türkische Zielgruppe in Österreich ist mitunter etwas verzerrt. Diese öffentliche Meinung wird aus meiner Sicht im Wesentlichen von vier Faktoren geprägt: Erstens von der Auffälligkeit der türkischen Gastarbeiterfrauen mit Kopftuch. Zweitens, von gelegentlichen Urlaubsaufenthalten im touristischen Süden der Türkei. Drittens von oft polarisierenden Meldungen in den Massenmedien. Und viertens von populistischen Parolen zu

Wahlkampfzeiten, die sich vor allem im Wahlkampfzeiten erfolgreich in unser Gedächtnis reimen. Daher ist es hier wichtig einen kurzen Blick auf die Geschichte der türkischstämmigen Menschen in Österreich zu werfen. Sie kommen vorwiegend aus ländlichen Gebieten der Türkei, haben in der Regel eine eher konservativere Grundhaltung, weisen oft ein niedriges Bildungsniveau auf.

Die „erste Generation“ kam in den 1960ern

und wurde Teil des Wirtschaftswunders dieser Ära. Anfänglich war ihr Ziel spätestens nach ein paar Jahren in der Fremde wieder in ihre ursprüngliche Heimat zurück zu kehren. Doch die Pläne änderten sich, viele holten ihre Familien nach, sie waren nun in Österreich zu Hause. Sie haben jedoch Jahrzehnte lang ihre Koffer nie richtig ausgepackt. Denn sie wollten ja „bestimmt nächstes Jahr“ wieder zurück nach Hause. Daher pflegten sie ihre Traditionen besonders, um ihre Identität in der Fremde zu wahren und ihre Sehnsucht nach der Heimat zu stillen. Nicht selten war die Religion für sie Identität stiftend. Sie waren meist Zugehörige der Arbeiterklasse, sparten ihr Geld und schickten es nach Hause. Manche von ihnen führten Unternehmen im Einzelhandel oder in der Gastronomie, von wenigen Ausnahmen mal abgesehen.

Der Großteil der „ersten Generation“ ist heute bereits in Pension oder steht kurz davor. Ein Teil von Ihnen hat sich den langjährigen Traum verwirklicht und einen (Zweit-)Wohnsitz in der alten Heimat geschaffen. Eine nicht unbeträchtliche Gruppe jedoch hat die Koffer endlich ausgepackt und das neue Heimat Österreich zum eigentlichen Bezugspunkt ihres Lebens gemacht, nicht zuletzt wegen ihrer hier zu Lande lebenden Nachkommen.

Die „zweite Generation“ bilden die in Österreich geborenen oder aufgewachsenen Gastarbeiterkinder. Diese Gruppe erlebt eine andere Spannung: zu sehr türkisch um Österreicher zu sein und gleichzeitig zu sehr österreichisch um Türken zu sein. Ein Leben

zwischen den Stühlen. Sie erhalten die türkische Kultur ihrer Eltern, deren Heimat sie nur von Urlaubsfahrten kennen. Ihre Sprache ist eine Mischung zwischen Türkisch und Deutsch. Der sozialen Schicht ihrer Eltern können sie schwer entfliehen. Nicht selten absolvieren sie wegen schlechter Sprachkenntnisse eine Sonderschule, im günstigen Fall eine Lehre. Es gibt einige wenige Ausnahmen, die aus diesem System ausbrechen können. Sie sind allerdings besonders Herausragende; darunter findet man Prominente, Unternehmer, Filmemacher, Buchautoren, ja sogar Abgeordnete.

Die Enkel der ersten Gastarbeiter bilden schließlich die „dritte Generation“. Sie kommen in Österreich zur Welt, erhalten eine vollständig österreichische Ausbildung und wählen andere Berufe als ihre Vorfahren. Sie sind Österreicher mit türkischen Wurzeln – die viel diskutierte „Multi-Kulti-Gesellschaft“ entsteht. Sie haben kaum Bezug zur Türkei, sie fühlen sich eher als Österreicher als Türken. Meist haben sie bereits die Staatsbürgerschaft ihrer neuen Heimat und dienen im Bundesheer als Soldaten oder pflegen Kranke als Zivildienstler. Soziale und kulturelle Spannungen erleben sie eher in ihrem eigenen Milieu als mit der österreichischen Gesellschaft. Die türkische Tradition ist ihnen genauso fremd wie die Türkei selbst. Sie fahren lieber nach Ibiza als nach Antalya. Und es gibt hier auch eine andere „dritte Generation“, die weiterhin unter gleichen Umständen lebt, wie die zweite Generation. Sie wählen dieselben Berufe wie

ihre Vorfahren. Ihre Deutschkenntnisse sind noch immer gering und was den Sozialstatus betrifft, hat sich wenig geändert. Die Zahl der Sonderschüler unter den Türken der dritten Generation ist weiterhin hoch. Sie sind somit nicht „Österreicher mit türkischen Wurzeln“, sondern vielmehr die Entwurzelten.

Für ein erfolgreiches Ethnomarketing ist es wichtig, die unterschiedlichen Generationen der Migranten zu kennen. Davon hängt schlussendlich die Bestimmung der richtigen Kommunikation ab. In der nächsten Ausgabe befassen wir uns mit den kulturellen Besonderheiten der türkischen Zielgruppe in Österreich.

Çağlayan Çalışkan



Managing Partner

CALISKAN & NETWORK

Mai 2009, İstanbul / Wien



Çağlayan Çalışkan ist Unternehmensberater, Buchautor und ausgebildeter Hochseeschiffskapitän. Zwar ist er schon lange nicht mehr auf den Meeren, dafür jedoch umso öfter als interkulturelle Brücke zwischen Deutschland, Österreich und der Türkei unterwegs.

Nach seinem Studium an der Hochschule für Seehandel und Schifffahrt in Istanbul kam er 1988 nach Österreich. Mangels Meere verbrachte der gebürtige Türke lange Jahre als Führungskraft in der österreichischen Bankenbranche.

Als Experte für „Interkulturelle Kompetenz“ sowie „Migration & Integration“ betreut er öffentliche Organisationen und privatwirtschaftliche Unternehmen. Er hält internationale Managementseminare ab, coacht Expats sowie Führungskräfte und berät deutsche und österreichische Unternehmen bei ihren Investitionen in der Türkei. Er pendelt zwischen Frankfurt, Wien und Istanbul.

Themen im Info-Letter**Interkulturelle Kompetenz**

Der Fisch weiss nicht, dass er nass ist. Ähnlich geht es uns, während wir uns im eigenen Kulturkreis bewegen. Und erst bei der Begegnung mit einer anderen Kultur merken wir, dass uns etwas fehlt. Nun ist die Fähigkeit gefordert, sich mit dem Fremden auseinanderzusetzen und neue Orientierung zu finden.

Migration und Integration

Der Zuzug ausländischer Arbeitskräfte blickt mittlerweile auf eine lange Vergangenheit zurück. Die Themen Migration und Integration begleiten unseren Alltag: die Medien berichten laufend, die Politik sieht sich vor einer großen Herausforderung und die privaten Unternehmen entdecken neue Zielgruppen.

Business in der Türkei

Viele Europäer kennen die Türkei in erster Linie als ein Urlaubsziel. Doch das Land hat viel mehr anzubieten als Sonne, Strand und Meer. Die Türkei ist nicht nur eine geographische, sondern auch eine kulturelle und wirtschaftliche Brücke zwischen Orient und Okzident. Die Türkei ist Europas Zukunftsmarkt.

Unternehmensprofil**Wer wir sind**

Wir sind ein österreichisch-türkisches Beratungsunternehmen und agieren als eine interkulturelle Wirtschaftsbrücke, die den Reichtum der Vielfalt nutzbar macht.

Was wir tun

Als „Kulturen-Übersetzer“ beraten wir sowohl Organisationen der öffentlichen Hand als auch Unternehmen aus der Privatwirtschaft in Österreich, Deutschland und der Türkei.

Woran wir glauben

Unsere Vielfalt ist unser Reichtum, der sich aus der Einzigartigkeit eines jeden Einzelnen ergibt. Organisationen werden durch die Menschen geprägt. Somit ist jede Organisation einzigartig und jedes Beratungsprojekt hat Bezug auf die Menschen, die lernen und sich entwickeln.

Wo Sie uns finden

Schottenring 16, A-1010 Vienna, Austria

Telefon +43 1 537 12 4852

Fax +43 1 537 12 4000

Mobil +43 664 454 03 25

Cumhuriyet Cad 115, TR-34373 Istanbul, Turkey

Telefon +90 212 343 89 19

Fax +90 212 310 59 82

Mobil +90 533 493 42 70

E-Mail office@caliskan.at

Homepage www.caliskan.at