



MEIN STUHL, MEIN SPIEGEL, MEIN SALON. Ayfer Durur in ihrem Friseursalon in Mitte.

Fotos: Mike Wolff

VON ROGER BOYES  
UND DORTE HUNEKE

**T**agesspiegel-Leser, das zeigt uns die Marktforschung, hassen sensationell Aufgebautes, reißerische Schlagzeilen. Im Grunde hassen sie jede Form von Aufregung. Darum müssen wir eine Sache gleich von Anfang an klar stellen: niemand röstet Schafe am Gendarmenmarkt. Mehr noch: Kein Blut von rituell geschlachteten Tieren tropft von den Wänden des Hilton Hotels; und kein Gebetsruf überläutet den Promischnack im Borchardt's. Trotzdem: Es passiert gerade etwas sehr Entscheidendes. Die Türken verlagern ihr gesellschaftliches Schwergewicht innerhalb Berlins. „Von Kreuzberg nach Mitte braucht man zwanzig Minuten“, sagt ein türkischer Unternehmer, „oder aber zwanzig Jahre.“ Es ist eine neue, aufwärts strebende Klasse türkischer Geschäftsleute auf das Parkett getreten – die meisten in ihren Dreißigern – und sorgt für unternehmerischen Schwung in der stagnierenden Stadt.

Die jungen Türken haben sich zur dynamischsten Kraft in Berlin entwickelt – derweil scheinen nur wenige Berliner ihre Anwesenheit zu registrieren. Wer besitzt die bekannteste kosmetische Zahnarztpraxis in Mitte? Uzun. Wem gehört die beliebteste Cocktail-Lounge? Ulutürk. Welcher Friseur macht derzeit von sich reden? Ayfer.

„Das hier ist nur ein Zwischenstopp“, sagt Hassan Ulutürk, während wir über seine Schulter hinweg nach Promis Ausschau halten. Ulutürk – weißes T-Shirt, Boss-Sakko, eigenartige braune Stiefel – ist zu lässig, um uns in der unterbelichteten 925 Lounge Bar auf die Szenegrößen hinzuweisen. Und wir sind zu kurzsichtig, um sie ohne Hilfe zu entdecken. Dem Ort haftet eine leicht fiebrige Atmosphäre an, selbst an einem Mittwochabend, dem Tag, an dem Berliner Promis gewöhnlich zu Hause ihre Beine rasieren.

## Sind Sie glücklich?

Ulutürk hat den Sprung von Kreuzberg nach Mitte geschafft. Mit 35 Jahren weiß er nicht, was als nächstes kommt. „New York, das könnte interessant sein“, sagt er und zerknüllt seine sechste Marlboro im Aschenbecher. „Danach vielleicht Politik? Vielleicht dies, vielleicht das. Wer weiß das schon? Ich meine: Sind Sie etwa glücklich?“ Wir verweisen höflich auf die Unterschiede in unseren Lebensstilen – die Abwesenheit eines Porsche, eines großen Apartments an einer Abzweigung zur Friedrichstraße, die mysteriöse Unfähigkeit, Geld zu machen – und wechseln das Thema.

Ulutürk verkörpert einen bestimmten Typus: der Gastronom als Hamlet, leicht präntios, ständig rastlos, aber mit der Sicherheit eines Mannes, dem ein Talent fürs Geschäft geschenkt wurde. „Man lernt: große Summen Geld sind nicht wirklich notwendig – was man braucht, ist ein Konzept und das Talent, andere für dieses Konzept zu gewinnen.“ Wir notieren das in unseren Notizblock.

Ulutürks Vater war Stahlarbeiter und pendelte einige Jahre zwischen Ostanatolien und dem Ruhrgebiet, bevor er sich schließlich für einen Wohnsitz in Kreuzberg entschied. „Ich mag dieses Gerede um die Frage ‚Türke oder Deutscher‘ nicht, diese Schiene oder jene“. Ich bin Berliner“, sagt er.

Ulutürk ist eines von sechs Kindern. Zwei Brüder wurden Beamte, einer arbeitet heute bei der BVG. Die drei Schwestern heirateten und gründeten eine Familie. Hassan entschied sich für eine Möbeltischlerlehre und stürzte sich danach ins Geschäftsleben. Mit Freunden, mit erspartem und geliehenem Geld gründete er die Pasta-Bar in der Mommsenstraße. Zwei grundlegende Tatsachen hat er dabei über die Berliner Mägen begriffen: Der Berliner braucht ein gutes Maß an Kohlenhydraten und zieht daher die italienische der türkischen Küche vor. Zweitens ist der Berliner ein misstrauischer Esser. Für frische Pasta bezahlt er daher gern ein paar Euro mehr. Die Zukunft lag im Konzept Edel-Italiener. Als sich die Gelegenheit bot, schuf Hassan Ulutürk mit seinem Geschäftspartner das „Trenta Sei“ am Gendarmenmarkt, in der Quintessenz ein italienisches Restaurant, von Gerhard Schröder besucht, von Türken gemanagt. Joschka Fischer und Jürgen Trittin lassen es sich hier gelegentlich schmecken, Michael Jackson war im November da.

„Gehen Sie mal die Simon-Dach Straße in Friedrichshain entlang“ empfiehlt Cem Sey. Er ist Journalist und die Berliner Türken sein Spezialgebiet. „Von 13 Cafés sind zwölf in türkischem Besitz oder unter türkischer Leitung.“ Paule's Metal Eck' mal ausgenommen.“ Sey verfolgt das wirtschaftliche Wachstum der türkischen Gemeinde seit Jahren. Er kann auf einer Karte die neuen Besitzverhältnisse in Berlin aufzeichnen. Café Kafka, berühmt für sein hervorragendes Tiramisu? Türkisch. Das vietnamesische Restaurant am Heinrichplatz? Türkisch.

Vor allem die Italiener haben vor den Türken kapituliert. Von den niedrigen Gewinnmargen und den langen Arbeitstagen frustriert, sind sie weiter gezogen: ins Hotel-

## Nicht ohne meine Firma

Ihre Netzwerke funktionieren, sie sind ehrgeizig und lieben das Risiko: Werden türkische Unternehmer der neue deutsche Mittelstand?



TÜRKISCHE PIZZA. Hassan Ulutürk macht Gerhard Schröder satt.

und Immobiliengewerbe oder ganz weg aus Berlin. Die Türken, mit ihren tiefen Berliner Wurzeln, ihren familiären Netzwerken, ihrem Ehrgeiz – und vor allem der Bereitschaft, kommerzielle Risiken zu tragen – füllen dieses Vakuum.

Die Lebensläufe dieser jungen Türken verweisen auf bestimmte Schwächen innerhalb der deutschen Gesellschaft. Nehmen wir zum Beispiel Ayfer Durur. Genau wie Ulu-

türk, ist sie eines von sechs Kindern. Die Familie lebte in einer winzigen Wohnung in München; die Mutter arbeitet als Putzfrau, der Vater in der Fabrik. Die Kinder verließen frühzeitig die Schule, um ebenfalls auf das Familienkonto einzuzahlen. Ein Bruder wurde Automechaniker, Ayfer machte eine Friseurlehre. Ihr Leben verlief in einer Art Zickzack. „Irgendwann gab es dann den Moment, in dem ich mich fragte: Will ich tatsächlich

mein Leben lang die Haare von anderen Leute schneiden?“ – und sie ging für eine Zeit nach New York, spielte mit dem Gedanken, Psychologie zu studieren. Schließlich freudete sie sich aber doch mit der Vorstellung von einem Leben rund ums Haar an: Sie machte ihren Meisterbrief, arbeitete als Stylistin bei Vidal Sassoon und Toni & Guy. „Aber die ganze Zeit über dachte ich: Ich brauche meinen eigenen Salon.“

Der Sprung nach Mitte war nicht einfach. „Bei den Banken schenkte man mir einen kurzen Blick, sie dachten – jung, Single, weiblich, türkisch. Was sie sagten, war: Friseursalons sind ein zu großes Risiko, die gehen schnell pleite.“ Sie fragte die Eltern. Und die gaben ihrer Tochter die gesamten Ersparnisse, verzichteten auf ihren Traum von einem Haus in Anatolien, in dem sie ihren Lebensabend verbringen wollten, auf das sie ihr ganzes Leben gespart hatten. Heute sitzt Ayfer Durur, 37 Jahre alt, in ihrem eigenen Salon in der Neuen Schönhauser Straße, einen Steinwurf vom Café Schwarzenrab entfernt, hat vier Angestellte und verteilt Haargel auf die Häuser der Stadt: Meret Becker, Chicks on Speed, die ehemalige Viva-Moderatorin Minh-Khai Phan-Thi sind auch dabei.

Was lehrt uns Ayfers Geschichte über dieses Land? Dass Banken ihre Verantwortung gegenüber dem Mittelstand vernachlässigen. Dass die ältere Generation der Türken größeres Vertrauen in die Zukunft dieses Landes setzt als die Deutschen. Dass sie Geld als etwas betrachten, das man nutzen soll, nicht stapeln. Die Banken haben Ayfer Durur im Stich gelassen, ebenso wie sie es mit den meisten jungen türkischen Unternehmern getan haben. Es war das deutsche System, das Ayfer Durur und Hassan Ulutürk eine erste Zukunft ermöglicht hat, aber das selbst System blockiert häufig die Zukunft danach. „Türken gehen lockerer mit Geld um“, sagt Cem Sey. Darin liegt ein wesentlicher Unterschied zur deutschen Neigung zum sicher verzinsten Bausparvertrag. „Wo Geld vorhanden ist, um eine Geschäftsidee zu finanzieren, wird auch investiert.“

## Eine durchtrainierte Blonde

Hakan Uzun, 33, trägt teure Bluejeans, einen hellrosa Strickpullover und ein berufsbedingtes Lächeln. Als kosmetischer Zahnarzt der Berliner Schickleria hat er ein profitables Problem schnell erkannt: Je reicher die Berliner werden, desto hässlicher ihr Lächeln. Und so errichtete er am Gendarmenmarkt in Form eines Privat-Instituts eine Art Zahn-Tempel: eine durchtrainierte Blonde serviert kalte Getränke auf kleinen Tablett, ihre orthopädischen Schuhe hinterlassen ein sanftes Geräusch auf dem Steinfußboden. Wir wappnen uns mit den aktuellsten Ausgaben von „Vogue“ und „Cosmopolitan“ und pulen im Schutz der glänzenden Cover die letzten Spinatreste aus den Zahnzwischenräumen. Das Dekor erinnert an einen italienischen Palazzo, der Internet-Anschluss bildet die Verknüpfung zur Neuzeit, der Geschäftsgestir ist unverkennbar türkisch. Uzun kommt – ja, danke, Getränke haben wir schon. Wir beschließen, diesen Brauch auch

unserem Zahnarzt in Wilmsdorf beim nächsten Besuch vorzuschlagen. Der in einer südwestanatolischen Kleinstadt geborene Hakan Uzun war sieben Jahre alt, als er nach Berlin kam. Sein Vater war damals von der türkischen Regierung als Bildungsattaché an die Spree entsandt worden. Mit ihm zog die ganze Familie: Mutter Uzun, der kleine Hakan und sein Bruder Ertugrul, der heute Besitzer eines Ethno-Call-Centers am Potsdamer Platz ist. Im neuen Steglitzer Zuhause wurde von Anfang an deutsch gesprochen. Uzun ging in Steglitz zur Schule und absolvierte an der Freien Universität ein Studium der Zahnheilkunde. Seine erste Praxis eröffnete er 1999 am Spreebogen in Berlin-Tiergarten. Warum nicht Kreuzberg, Neukölln oder Wedding? – Als türkischer Zahnarzt muss man sich diese Frage gefallen lassen. Auf das Veterinärprinzip hat Uzun sich nicht verlassen.

In seiner Praxis am Tiergarten war das Wartezimmer noch mit Deutschen und Türken gleichermaßen gefüllt. In dem pastelligen Privat-Institut gegenüber des Hilton-Hotels, dem einzig erhaltenen Altbau, der direkt an den Gendarmenmarkt grenzt, wo er seit April 2001 residiert, ist die große Mehrzahl der Patienten deutsch. Schöne Zähne sind eben teuer.

Hakan Uzun ist von der Chancengleichheit überzeugt, die das deutsche Arbeitsplatz- und Ausbildungssystem bietet. Vielleicht verdankt Uzun diesen Eindruck seiner privilegierten Stellung: Die deutsche Sprache beherrscht er akzentfrei und der familiäre Hintergrund verschaffte ihm finanzielle Rücken-

deckung. Das Essener Zentrum für Türkeistudien steuert als Beleg für die neue Dynamik die Zahlen bei. Der Gründungsboom hat demnach in den neunziger Jahren eingesetzt, in einem Zeitraum von fünfzehn Jahren – von 1985 bis 2000 – ist die Zahl der türkischen Selbstständigen in Deutschland von 22.000 auf rund 59.500 gestiegen.

Ein Motiv für den türkischen Drang in die Selbstständigkeit sieht Uzun in der Biografie der Unternehmer. Wer als Fremder in einem Land lebt – selbst wenn er in diesem Land geboren wurde – muss sich stärker als Einheimische durch die eigenen Leistungen beweisen. „Das fängt schon in der Schule an. Ständig geht es darum, den Mitschülern, den Lehrern und auch sich selbst zu zeigen, was man kann.“

Hinzu kommt: Türken sind in Deutschland von einer wachsenden Arbeitslosigkeit stärker bedroht als Deutsche. Das heißt, häufig bleibt ihnen gar nichts anderes übrig als der Sprung in die Selbstständigkeit, wenn sie nicht auf der Straße stehen wollen.

Das geht Libanesen, Vietnamesen, Marokkanern und allen anderen Nicht-Einheimischen allerdings ebenso. Was machen die Türken anders? Sie sind zahlenmäßig überlegen und schon einige Jahre hier, mögen einige jetzt einwenden wollen, und dass Kreuzberg eh den Türken gehöre. Dort kaufen Türken bei Türken, helfen Türken Türken aus. Das ist zu kurz gedacht. Kreuzberg ist längst nicht mehr das Ghetto, für das es im Westen der Republik gehalten wird. Die deutsche Nervosität gegenüber den Türken basiert auf einem Missverständnis: dass die Türken

eine homogene Gruppe sind. In Wirklichkeit sind die Kreuzberger Türken ein Beispiel buntgemischter Vielfalt. Die Aleviten unterscheiden sich von den Sunniten, es gibt Christen, Kurden, bulgarische Türken, Türken aus Ost- und Türkei aus Südwestanatolien, Istanbuler Intellektuelle, Kurden, die sich als Libanesen ausgeben, Drogendealer, Lehrer, Polizisten und Bankangestellte. Der Schlüssel zum türkischen Erfolg liegt genau in dieser Vielfalt, dem internen gesellschaftlichen und ethnischen Wettbewerb innerhalb einer Gemeinschaft.

Ein anderer Grund für die Risikobereitschaft der Türken ist das fehlende staatliche soziale Netz in der Türkei, das finanzielle Engpässe oder Härtefälle abfedern würde. Eigeninitiative stellt für viele Türken die einzige mögliche Rettung dar. Diese Erfahrung wurde offenbar an die junge Generation weitergegeben. Und wo der Staat fehlt, werden die privaten sozialen Fäden enger geknüpft. Natürlich entpuppt sich der Tatendrang nicht immer als ein lukratives Geschäft. Türkische Läden schließen mitunter noch bevor ein Serviceverträge von der Telekom die Telefonanlage installieren konnte. Im Vergleich zu den deutschen Insolvenzanmeldungen liegen auch hier die Türken deutlich vorn.

## Über Nacht aus dem Boden

Interessant sind die unterschiedlichen Reaktionen auf die Fehlschläge. Die meisten deutschen Pleitiers der New Economy begruben mit den nutzlos gewordenen Visitenkarten meist auch den Traum von der Selbstständigkeit. Reumütig kramten sie die Telefonnummern ihrer ehemaligen Chefs heraus und traten den Rückzug in die Arbeitnehmer-schaft an. Für türkische Unternehmer bedeutete eine Unternehmenspleite keine Sackgasse: Wenn der erste Versuch scheitert, muss eine neue Idee her, lautet die türkische Devise.

All den genannten Entwicklungen zum Trotz hält sich in Deutschland hartnäckig der Glaube, türkische Unternehmerrichtlinien beschränke sich auf Kebab-Buden und Familienbetriebe mit vornehmlich türkischem Personal und Kundenstamm.

„In den letzten Jahren hat sich ein entscheidender Wandel vollzogen“, sagt Hakan Uzun. Ein zunehmendes Selbstbewusstsein der türkischen Selbstständigen hat zu einer Qualitätssteigerung in zweifacher Hinsicht geführt: „Der blinde Eifer, mit dem neue Projekte zum Teil über Nacht aus dem Boden gestampft wurden, hat sich gelegt.“ Stattdessen wird stärker in die Planungsphase investiert.

Die jungen Türken haben ein gutes Auge. Uzun entdeckte das nikotin-gefärbte Gebiss der Berliner High-Society als Marktücke. Dessen Patient Ulutürk erkannte seine Chance in einer Schaufensterscheibe: Nachdem etliche Interessenten Mitte der neunziger Jahre kopfschüttelnd der Option auf ein Ladengeschäft inmitten der Baustelle Gendarmenmarkt entsagt hatten, beschloss Ulutürk, besagte Scheibe zum schönsten Accessoire seiner Lounge zu machen. Eine Bar? Warum nicht?