

Het Ondernemerschap van Immigranten

Jan Rath¹

Het aantal ondernemingen van immigranten is in korte tijd explosief gestegen. Tegen de achtergrond van de langdurig hoge werkloosheid onder immigranten steekt deze ontwikkeling gunstig af. Over dit ondernemerschap is inmiddels al veel gezegd en geschreven. Daarbij wordt een sterke ijver aan de dag gelegd om het etnisch-specifieke karakter van deze bedrijvigheid aan te tonen. De vraag is echter of deze eenzijdige aandacht ons inzicht in dit ondernemerschap dient. In dit artikel doet Jan Rath een poging tot verheldering.

Het zelfstandig ondernemerschap van immigranten heeft de laatste jaren een geweldige vlucht genomen, zelfs in de arbeidersstad Rotterdam. Tussen 1989 en 1997 is het aantal ondernemers uit de kringen der immigranten met bijna 250 procent gestegen, van 1543 tot 3821 ondernemingen! Voorwaar een hoogst opmerkelijk ontwikkeling. Dat het ooit zover zou kunnen komen werd nog niet eens zo heel lang geleden voor ondenkbaar gehouden. Het kleinbedrijf had immers afgedaan, zo wist iedereen die een beetje verstand van economie had. Grote en kleine geleerden hielden ons voor dat in een moderne economie voor het kleinbedrijf geen toekomst was weggelegd. Volgens de logica van het kapitalisme zouden de grote ondernemingen de kleine genadeloos verpletteren. De werkelijkheid bleek echter weerbarstiger: in alle geavanceerde economieën ging het aantal kleine ondernemingen langzaam maar zeker toch stijgen. Aanvankelijk gebeurde dat alleen in de Verenigde Staten en Groot Brittannië, maar later ook in andere landen op het Europese continent, waaronder Nederland. Deze groei van het zelfstandig ondernemerschap doet zich het sterkst voor in stedelijke gebieden. Daarbinnen blijken met name immigranten bijzonder actief te zijn. Als het gaat om de ontwikkeling van de werkgelegenheid, met name die van immigranten, laten Nederlandse steden vaak een somber beeld zien. De dynamiek van het ondernemerschap steekt hier evenwel gunstig tegen af.

De opkomst van het kleine ondernemerschap, met name dat van immigranten, heeft veel, doch niet alles, alles te maken met demografische veranderingen en de ingrijpende transformatie die

¹ Dr Jan Rath is cultureel antropoloog en thans werkzaam als senior onderzoeker en coördinator van het onderzoeksprogramma rond stedelijke economieën, arbeidsmarkt en ondernemerschap van het Instituut van Migratie- en Etnische Studies (IMES) van de Universiteit van Amsterdam. Hij is mede-oprichter en coördinator van een international netwerk van experts op het gebied van immigrantenondernemerschap. Adres: Rokin 84, 1012 KX Amsterdam, tel. 020 525.3627, e-mail rath@pscw.uva.nl, internet <http://home.pscw.uva.nl/rath>.

stedelijke economieën thans doormaken. Laagwaardige industrie maakt gaandeweg plaats voor meer hoogwaardige dienstverlening en dat proces heeft tal van gevolgen voor de werkgelegenheid aan de onderkant van de arbeidsmarkt en de kansen van kleine ondernemingen. Dat immigranten zich nu op grote schaal als zelfstandigen vestigen zegt derhalve meer over de veranderende economische kansenstructuur dan over de werkelijke of vermeende etnisch-culturele predisposities van immigranten.

Neem de gastarbeiders uit Turkije, Marokko of andere landen rondom de Middellandse Zee. Zij zijn destijds naar Nederland gekomen om puur economische redenen. Ze werden gerekruteerd om laagwaardig en onaantrekkelijk werk te verrichten in de industrie. In Rotterdam waren zij met name te vinden in de scheepsbouw en scheepsreparatie, en in mindere mate in de haven. In de loop der jaren echter is de werkgelegenheid in deze takken van de economie drastisch teruggelopen. De scheepswerven zijn nagenoeg allemaal verdwenen, terwijl in de haven de container zijn intrede heeft gedaan en veel van het zware handwerk is vervangen door computergestuurde kranen. Voorzover nieuwe banen beschikbaar komen, profiteren deze Mediterraneanen daar relatief weinig van. Door hun beperkte scholing zijn zij niet of nauwelijks gekwalificeerd voor het werk in hoogwaardige dienstverlenende bedrijven, en bovendien strekken hun economisch relevante netwerken zich amper tot die bedrijven uit. Daarboven worden zij nog wel eens slachtoffer van racistische praktijken van werkgevers.

Voor een stad als Rotterdam is dit een ernstige situatie, temeer alle goedbedoelde maatregelen om immigranten en andere kansarmen aan een baan te helpen niet altijd zoden aan de dijk zetten. Het is dat Nederland nog een relatief goed stelsel van sociale zekerheid heeft, anders zou het economisch draagvlak van Rotterdamse buurten als Delfshaven of de Afrikaanderwijk helemaal zijn weggeslagen, met alle nare gevolgen van dien. Daar waar de formele arbeidsmarkt aan immigranten relatief weinig te bieden heeft, vormt het zelfstandig ondernemerschap een interessant alternatief. Het biedt de ondernemers, maar ook zijn eventuele werknemers perspectief op een meer succesvolle economische incorporatie. Bovendien is hun bedrijvigheid gunstig voor de plaatselijke economie. Het blijkt dat veel immigranten hun bedrijf starten juist in die buurten waar veel landgenoten wonen, dus uitgerekend in de buurten waar Nederlandse ondernemers het laten afweten. De maatschappelijke betekenis daarvan kan moeilijk worden overschat.

De economische kansenstructuur die immigrantenondernemers voor zich zien, biedt diverse openingen. Om te beginnen ontstaan er openingen in de markt door het vertrek van Nederlandse ondernemers. Die gaan dood, met de vut, vinden een baan, verplaatsen hun bedrijf naar een rijkere buurt of leggen zich toe op meer hoogwaardige activiteiten. Zij laten hoe dan ook lege plaatsen achter die vooral door immigranten blijken te worden ingenomen. We kennen genoeg van deze voorbeelden: de patatzaak die plaats maakt voor een Turkse pizzabakkerij of voor een Surinaamse rotitent, het bruine café dat plaats maakt voor een Marokkaanse kroeg, de Scheveningse visboer die wordt

opgevolgd door een Kaapverdiaan, enzovoorts. Op zichzelf is deze stoelendans een doodnormaal proces, zij het dat ditmaal de veranderende samenstelling van de bevolking zich erin weerspiegelt.

Verder genereert de aanwezigheid van immigranten in een aantal gevallen zelf ook openingen in de markt, en wel doordat zij als consumenten bepaalde voorkeuren hebben waaraan de gevestigde ondernemers niet of nog niet (kunnen) voldoen. Veel Turken vertoeven in hun vrije tijd graag onder elkaar, onder streekgenoten of geloofsgenoten, maar voelen zich in een willekeurige Nederlandse bar niet thuis. Tezamen roepen zij een vraag op naar Turkse koffiehuisen—enigszins naar het model van de *çayhane* in Turkije. Creoolse Surinamers zijn niet tevreden met de knipkunsten van de Nederlandse barbier—onbekend als deze is met de behandeling van kroeshaar—en aldus ontstaat er ruimte voor kroeshaarkappers. De islamitische spijswetten schrijven moslims *hâlal* vlees voor en dáár verschijnt de islamitische slager. Deze markten zijn potentieel lucratief zolang de behoeften aan dit soort specifieke producten of diensten blijft bestaan, en zolang gevestigde, Nederlandse ondernemers zich weinig van deze vraag aantrekken. Voor een deel hangt de continuïteit van de vraag naar dergelijke producten af van de mate waarin een immigrantengroep integreert in de samenleving als geheel. Naarmate dit proces vordert zal de behoefte aan koffiehuisen alleen voor Turken afnemen. Dit betekent dat de betreffende ondernemers naar nieuwe markten moeten gaan uitzien, bijvoorbeeld door de deuren ook voor een meer algemeen publiek open te zetten. Dit uitbreken naar nieuwe markten is wellicht sowieso noodzakelijk om op lange termijn te kunnen overleven, simpelweg omdat ‘etnische’ of ‘etno-religieuze’ markten om demografische redenen begrensd zijn. Die markten worden daarnaast ook bedreigd door Nederlandse ondernemers die de veranderingen in de markt eensklaps in de gaten krijgen en die vervolgens ook ‘uitheemse’ producten of diensten in hun assortiment gaan opnemen. Zowat alle Nederlandse supermarkten, vooral in stadswijken waar veel immigranten wonen, verkopen inmiddels zulke ‘typisch etnische’ producten als pizza’s, bami pangang, kousenband, Surinaamse broodjes of Turkse yoghurt, en de eerste supermarkten die voorverpakt *hâlal* vlees in hun koelvakken aanbieden, hebben zich al aangediend.

De ontwikkeling naar een postindustriële economie ondermijnt de positie van laaggekwalificeerde immigranten, maar brengt daarnaast ook de nodige kansen met zich mee. Dit heeft te maken met de manier waarop zulke economieën gestructureerd zijn en waarop bedrijven aan elkaar verbonden zijn. Het blijkt dat grotere bedrijven niet langer meer alle taken in eigen beheer uitvoeren, maar veel taken uitbesteden aan andere, meer gespecialiseerde bedrijven. We kennen allemaal zat voorbeelden hiervan. De werkster, de kantinejuffrouw, de conciërge, de jongen van de postkamer, en menig dame van de typekamer zijn als directe collega’s verdwenen. De schoonmaak wordt tegenwoordig uitbesteed aan aparte bedrijven, evenals de catering, de bewaking, de post, het reproductiewerk, de facturering en noem maar op. De markt voor zulke bedrijven is geweldig toegenomen en de kansen voor nieuwe ondernemers navenant. Ook aan de onderkant van de markt doen zich nieuwe kansen voor. Met name daar waar op prijs wordt geconcurrereerd, en waar de prijs vooral

afhankelijk is van de kosten van arbeid, liggen er kansen voor laaggekwalificeerde immigranten. Daarnaast is het zo dat degenen die in de diensteneconomie een goede baan hebben, andere consumentenbehoeften aan de dag leggen, bijvoorbeeld in de sfeer van catering, kinderoppas, hondenuitlaat, hovenierswerk, maar ook het produceren van maatkleding enzovoorts. In beginsel kunnen immigranten hier ook van profiteren.

Als we nu kijken naar het soort van activiteiten dat immigrantenondernemers verrichten, en de marktpositie die zij in hun branche innemen, valt het volgende op. Immigranten zijn vooral actief in de horeca en in de detailhandel. Binnen die sectoren nemen zij vaak een positie in aan de onderkant van de markt. In de dienstverlening—de groeisector bij uitstek—zijn zij in vergelijking met inheems Nederlandse ondernemers nog ondervertegenwoordigd, hoewel zij hun marktaandeel gaandeweg wel vergroten. Dit is een aanwijzing dat immigranten als ondernemers vooralsnog weinig baat hebben gehad van de structurele veranderingen van de grootstedelijke economie, maar ook dat hier nog heel wat te winnen valt. Voorzover het gaat om de horeca en detailhandel is het zo dat immigranten tot dusver sterk aangewezen zijn op de markten die zij zelf genereren. Het uitbreken naar andere, meer open markten vindt tot nog toe maar traag plaats. Hier doen zich overigens wel belangrijke plaatselijke verschillen voor. In Amsterdam, waar de toeristenindustrie omvangrijk is, blijkt er veel ruimte te zijn voor een baaierd aan kleinschalige en laagwaardige horecaondernemingen. In Rotterdam neemt de toeristenindustrie weliswaar in omvang toe, maar de markt is vergeleken bij die van Amsterdam nog steeds tamelijk beperkt en dus biedt de Rotterdamse economie aan buitenlandse horecaondernemers minder kansen. Dit verschil wordt goed duidelijk aan de hand van het aantal ondernemingen van immigranten uit één herkomstland. Het aantal Turkse Rotterdammers is aanzienlijk groter dan het aantal Turkse Amsterdammers, en het ligt dus in de rede te verwachten dat dit patroon in het aantal ondernemingen terug te vinden. Dat blijkt echter nadrukkelijk niet het geval te zijn, integendeel. Anders dan in Amsterdam zijn Turkse horecaondernemers in Rotterdam veel meer op de eigen groep georiënteerd.

Dit opmerkelijke patroon leert ons trouwens nog iets anders. In veel beschouwingen over het ondernemerschap van immigranten wordt de aandacht gevestigd op het *etnische* karakter van de bedrijvigheid. Niet voor niets wordt in dit verband vaak de term *etnisch ondernemerschap* gehanteerd, daarmee suggererend dat we te doen hebben met een heel apart soort van ondernemerschap. Nu is het best mogelijk dat het ondernemerschap van Turken of Javaanse Surinamers of nog andere categorieën beïnvloed wordt door aspecten die op een eigen etnisch-cultureel attributen terug te voeren zijn. Maar vaak neemt men op voorhand—dus zonder echt na te denken of om zich heen te kijken—aan dat zulks het geval is. Los van de vraag of het niet erg toevallig is dat zulke uiteenlopende groepen allemaal in hun ondernemerschap op een min of meer zelfde manier van Nederlanders afwijken, is de nadruk op etnisch-culturele factoren voorbarig als niet ook naar ondernemerskenmerken en hun betrekkingen met de economische en institutionele omgeving wordt gekeken. Zou de sterke concentratie van

immigrantenondernemingen aan de onderkant van de markt, dus in de minst profijtelijke segmenten, of hun veelvuldige overtredingen van allerhande wetten en regels, ook met hun cultuur te maken hebben? Kom nou. Het ligt veel meer in de rede om de verklaring daarvoor in eerste instantie te zoeken in meer algemene factoren. In dat verband moeten we niet vergeten dat die factoren die de betrekkelijk hoge werkloosheid van immigranten verklaren op een bepaalde manier ook werkzaam zijn als het gaat om ondernemerschap. De lage opleiding, eenzijdige economisch relevante, selectie- en uitsluitingsprocessen van de kant van financiers, opdrachtgevers, consumenten en gevestigde bedrijven enzovoorts, gevoegd bij de ondoorzichtigheid van de Nederlandse bureaucratie, zijn veel logischer verklaringen. Wie het ondernemerschap van immigranten wil versterken zal het eerder daar moeten zoeken naar aangrijpingspunten voor interventie dan elders.