

Ethnic Minorities  
Participation (or)  
Involvement in Urban  
Market-economy

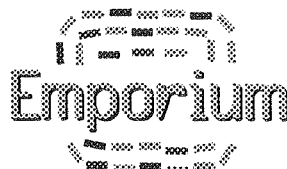
# De Economische Potenties van het Immigrantenondernemerschap in Amsterdam



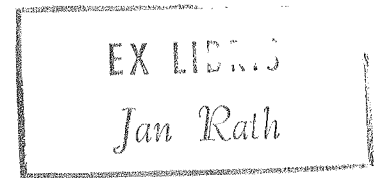
**IMES**

INSTITUTE FOR MIGRATION AND ETHNIC STUDIES  
University of Amsterdam

Een inventariserende en explorerende studie







# **De Economische Potenties van het Immigranten- ondernemerschap in Amsterdam**

***Een inventariserende en explorerende studie in het kader van Ethnic  
Minorities Participation (or) Involvement in Urban Market-Economy  
(EMPORIUM)***

april 1997

Robert Kloosterman, Joanne van der Leun & Jan Rath

Instituut voor Migratie- en Etnische Studies (IMES)

Universiteit van Amsterdam

Rokin 84, 1012 KX Amsterdam

tel. 020 525.3623, fax 020 525.3628, email [rath@pscw.uva.nl](mailto:rath@pscw.uva.nl)

in samenwerking met Technische Universiteit Delft (Onderzoeksinstituut OTB) en  
Universiteit Utrecht (Vakgroep Algemene Sociale Wetenschappen)



## ***Inhoud***

Inleiding	1
Immigranten in de Amsterdamse economie: de opkomst ondernemerschap	6
De economische potenties van het immigrantenondernemerschap	13
Slotbeschouwing	30
Noten	



## ***Inleiding***

Zieners uit de vorige eeuw hadden het reeds voorspeld: in de moderne kapitalistische maatschappij is voor het kleinbedrijf geen toekomst weggelegd. De grote spelers op het economische toneel zouden op den duur de kleine, somtijds enigszins ambachtelijk opererende ondernemers geheel en al wegvagen. Economen van linkse en rechtse huize – normaliter goed voor zeer uiteenlopende opvattingen over de werking en ontwikkeling van de economie – hebben op dit punt door de jaren heen een opmerkelijk vertoon van eensgezindheid aan de dag gelegd. Zowel geleerden uit de revolutionaire politieke economie als uit de (neo-)klassieke economie kenden namelijk het kapitalisme een inherente drang tot schaalvergroting toe. En, toegegeven, gedurende een lange tijd leek het erop dat het gelijk aan hun zijde was. Zagen we niet steeds grotere, multinationale ondernemingen het licht? Vonden niet steeds vaker fusies en overnemingen plaats? En ook, dichterbij huis, verdwenen de winkeliers op de hoek niet langzaam maar zeker uit het straatbeeld? Wie onder zulke omstandigheden toch een eigen bedrijf vestigde, moest wel een dwaas zijn.

De werkelijkheid van vandaag blijkt evenwel een slag anders te zijn dan de geleerde vergezichten ons deden vermoeden. Eerst in de Verenigde Staten in de jaren zeventig en later in andere geavanceerde economieën (onder aanvoering van het Verenigd Koninkrijk onder Thatcher) maakt het zelfstandig ondernemerschap een spectaculaire groei door.<sup>1</sup> Nederland liep in deze ontwikkeling aanvankelijk wat achter, maar sinds het begin van de jaren negentig tekent ook hier zich een groei af.<sup>2</sup> Deze recente ontwikkeling wordt goed duidelijk als we de agrarische sector (waarin ongeveer een kwart van zelfstandige ondernemers werkzaam is) buiten beschouwing laten. Die sector kent nu eenmaal een geringe dynamiek; de overige sectoren des te meer. We kunnen dan vaststellen dat alleen al tussen 1991 en 1993 het absolute aantal ondernemingen toenam met maar liefst een kwart tot

550.000, hetgeen overeenkomt met een kleine 9 procent van de werkzame bevolking (zie tabel 1).

Tabel 1 Aantallen ondernemers in Nederland, 1975-1993 in duizendtallen en in procenten van totaal aantal werkzame personen (exclusief agrarische sector).<sup>3</sup>

Jaar	1975	1977	1979	1981	1983	1085	1987	1989	1991	1993
Abs.	403	386	400	455	404	404	434	448	476	550
%	9,2	8,7	8,8	9,4	8,6	8,4	7,9	7,8	7,7	8,7

De toename van het aantal zelfstandige ondernemers is ruimtelijk ongelijk over het land verdeeld. Ze doet zich namelijk vooral voor in de grote steden en hun randgebieden. Zo was de toename van het aantal zelfstandigen in Nederland als geheel in de periode tussen 1981 en 1993 gemiddeld 10 procent. In de vier grote steden was die toename in dezelfde periode evenwel 20 procent en in de randgebieden van de grote steden zelfs 26 procent.<sup>4</sup> Dit betekent dat de ‘traditionele’ ondervertegenwoordiging van zelfstandige ondernemers in de grote steden langzaam maar zeker wordt ingelopen. Bovendien bevestigt het dat de economie van de grote steden een dynamische, maar ook enigszins paradoxale ontwikkeling doormaakt: het mag dan wel zo zijn dat de werkgelegenheid in de grote steden achterloopt bij die van Nederland als geheel – ze groeit mondjesmaat – de groei van het ondernemerschap is er dubbel zo groot. Dit geldt zeker ook voor Amsterdam waar tussen 1989 en 1994 het aantal bedrijfsvestigingen met ruim een kwart toenam.<sup>5</sup>

De opmerkelijke groei van het ondernemerschap hangt nauw samen met het snel groeiende aandeel van immigranten in de bevolking.<sup>6</sup> Het ondernemerschap van immigranten bleef lange tijd achter bij dat van de inheemse bevolking, maar de laatste jaren heeft ook hun ondernemerschap een hoge vlucht genomen.<sup>7</sup> Het blijkt zelfs dat immigranten vaker dan inheemse Nederlanders zich als zelfstandige ondernemer vestigen.<sup>8</sup> Uit tabel 2 blijkt dat het aantal immigranten-ondernemers sinds 1986 meer dan verviervoudigd is.

Tabel 2 Ondernemers in Nederland naar herkomst 1986-1995<sup>9</sup>

	Aantal ondernemers					
	1986	1986	1992	1992	1995	1995
Immigranten	12.946	2,8%	28.748	5,1%	55.147	8,6%
Totaal	460.000	100%	560.000	100%	638.229	100%

Het aandeel van immigranten in het totale corps van ondernemers in Nederland in bedroeg in 1986 nog slechts een kleine drie procent. In 1992 was dit al gestegen tot ruim vijf procent, terwijl het drie jaar later al 8,6 procent bedroeg. Daarmee nadert het percentage ondernemers in de werkzame beroepsbevolking van immigranten met rasse schreden dat van de inheemse Nederlanders. Van de totale werkzame beroepsbevolking in Nederland was in 1995 gemiddeld 8,9 procent ondernemer. Tabel 3 bevat een beknopt overzicht van deze percentages van enkele bevolkingsgroepen in 1986 en 1992.

Tabel 3 Ondernemers in Nederland naar herkomst 1986-1992, en hun aandeel in beroepsbevolking<sup>10</sup>

	Aantal ondernemers		Aandeel ondernemers van werkzame beroepsbevolking (%)	
	1986	1992	1986	1992
Italië	905	1.183	8,1	10,8
Portugal	84	174	2,0	3,4
Spanje	221	344	2,2	2,6
(Vml) Joegoslavië	338	706	4,9	5,9
Griekenland	448	655	17,0	-
Turkije	1.895	5.385	3,1	10,8
Marokko	866	1.912	2,1	7,4
Ned. Antillen/Aruba	405	1.003	-	5,6
Suriname	1.725	4.148	-	5,5
China	1.332	1.852	13,6	-
Totaal Nederland	460.000	560.000	8,4	8,9

Sommige categorieën van immigranten – met name Chinezen, Grieken, Turken en Italianen – hebben zich in deze periode een opmerkelijke ondernemingslust aan de dag gelegd.

Het zelfstandig ondernemerschap van immigranten kan voor internationale steden van groot economisch, politiek en sociaal belang zijn. Indien succesvol, verschaft het niet alleen werk en inkomen aan leden van een categorie van de bevolking die – gezien de hardnekkig hoge werkloosheid – vooralsnog uitermate moeizaam in de arbeidsmarkt participeert, maar draagt het ook bij aan de versterking van de stedelijke economie als geheel. Wat in dit verband vaak vergeten wordt is het feit dat immigrantenondernemers vaak werkgevers van andere immigranten zijn, een feit dat de economische betekenis van het ondernemerschap groter maakt.<sup>11</sup> Zo concludeerde het Inspraakorgaan Turken (IOT) onlangs dat de groei van de Turkse werkgelegenheid tussen 1986 en 1992 inderdaad voor een belangrijk deel moest worden toegeschreven aan het eigen ondernemerschap van Turken.<sup>12</sup> Het Bureau voor Economische Argumentatie, dat uitgaat van de veronderstelling dat immigrantenondernemers gemiddeld drie werknemers in dienst hebben, becijfert het werkgelegenheidseffect voor heel Nederland op ongeveer 50.000 extra arbeidsplaatsen.<sup>13</sup>

De praktijk van het immigrantenondernemerschap is nogal divers. Hoewel het aantal startende ondernemers uit de kring der immigranten betrekkelijk groot is en zij al doende zorgen voor de gedeeltelijke vervanging van en aanvulling op het bestaande arsenaal van bedrijven, zijn er aanwijzingen dat de kansen die het zelfstandige ondernemerschap van immigranten nu eenmaal biedt, niet optimaal worden benut. Deels gedwongen door de specifieke marktcondities in de segmenten waarin zij actief zijn, moeten immigrantenondernemers vaak genoegen nemen met smalle winstmarges, terwijl velen na relatief korte tijd de poorten van hun bedrijven moeten sluiten. Daarboven houden ze niet altijd voldoende rekening met de vigerende wetten en regels, zodat sommige van hun activiteiten een (semi-)informeel karakter krijgen.<sup>14</sup> Op zichzelf is een (deels) informele start niet bijzonder – zo vergaat het de meeste bedrijven immers – maar de noodzakelijke

groei om de onderneming te kunnen formaliseren blijft al te vaak uit. De overheid, adviesinstellingen of branche-organisaties hebben met wisselende mate en betrokkenheid al wel getracht het ondernemerschap van immigranten te professionaliseren, doch vooralsnog met beperkt resultaat. Dit gezegd hebbend, blijft het een onloochenbaar feit dat het sommige immigrantenondernemers voor de wind gaat.<sup>15</sup> De meer algemene vraag die in het licht van deze ontwikkelingen opdoemt, is wat de economische potenties van het immigrantenondernemerschap voor Amsterdam zijn?

Er liggen al met al goede redenen besloten om het onderwerp van het zelfstandig ondernemerschap van immigranten aan een nadere beschouwing te onderwerpen. Dit rapport vormt de schriftelijke neerslag van deze exercitie. In deze inventariserende en explorerende studie tekenen wij in eerste instantie de stand van zaken rond dit ondernemerschap in Amsterdam op. Daarnaast schetsen we de (deels nog latente) potenties alsmede de structurele factoren die een volwaardige ontwikkeling van die potenties bevorderen of juist in de weg staan. Onze aandacht gaat daarbij uit naar de structuur van de lokale economie. Het gaat dan om zaken als de vraag naar economische activiteiten die relatief weinig startkapitaal vergen en ook anderszins laagdrempelig zijn, maar ook om het aanbod van voorzieningen dat vanwege de overheid of het georganiseerde bedrijfsleven beschikbaar is. Echter, de kansen voor zulk een ontwikkeling worden niet alleen bepaald door externe factoren, maar worden ook gevoed door de eigen gemeenschappen. Daarom besteden we ook aandacht aan de inbreng van immigranten zelf.

Voor deze kortlopende studie verrichtten wij geen apart veldwerk. Wij waren evenwel in staat te putten uit ander, deels nog lopend onderzoek naar het ondernemerschap van immigranten in stedelijke economieën, inzonderheid startende ondernemers alsmede hun betrokkenheid in de informele economie. Aldus konden we gebruik maken van nieuw en nog niet eerder gepubliceerd empirisch onderzoeksmateriaal, waaronder ook *cases* die de handel en wandel van immigrantenondernemers illustreren. Dit materiaal is nogal heterogeen van aard,

en omvat zowel kwantitatieve als kwalitatieve gegevens, variërend van economische statistieken tot aan protocollen van diepte-interviews met ondernemers en anderen uit het veld.

Dit rapport is als volgt opgebouwd. In de eerste plaats beschrijven en analyseren we de algemene positie van immigranten in de economie en de opkomst van hun ondernemerschap. Vervolgens specificeren we het aandeel van immigranten in het ondernemerschap, de herkomst van de ondernemers, en hun verdeling over branches. We besteden hierbij bijzondere aandacht aan startende ondernemers in de Amsterdamse grootstedelijke context, mede omdat hun patroon van vestiging indicaties kan geven over de nieuwe mogelijkheden in de verschillende marktsegmenten.

In de tweede plaats beschouwen we de dynamiek van dit ondernemerschap. Welke transformaties maakt de Amsterdamse economie thans door en welke consequenties hebben die voor het ondernemerschap van immigranten? Gaat het om (blijvend) marginale activiteiten of vindt er ook een groei naar andere, sterkere markten plaats? Hier besteden we tevens aandacht aan de mate waarin immigrantenondernemers in de diverse branches erin slagen hun onderneming levensvatbaar te maken en welke mate van (in)formaliteit en professionaliteit zij daarbij aan de dag leggen. In het bijzonder gaat het om de manier waarop en mate waarin zij (al dan niet specifiek etnische) hulpbronnen aanwenden voor de noodzakelijke verwerving van kapitaal, informatie en arbeid. We geven hier ook aan of en zo ja hoe een en ander gerelateerd is aan de structuur van de marktsegmenten waarin de immigrantenondernemers actief zijn.

### ***Immigranten in de Amsterdamse economie: opkomst ondernemerschap***

Wanneer het gaat om de positie van immigranten in de economie gaan de gedachten meestal eenzijdig uit naar hun positie op de (formele) arbeidsmarkt, dat wil zeggen

hun positie als loonarbeider. In de loop van de jaren zeventig, begin tachtig is de arbeidsmarktpositie van immigranten drastisch verslechterd. Sindsdien zijn zij vaker en langer werkloos dan inheemse Nederlanders, en als zij werk hebben, is dat veelal in de minder aantrekkelijke segmenten van de Nederlandse arbeidsmarkt. Amsterdam vormt op dit patroon geenszins een uitzondering. In 1995 bleek uit de Arbeidskrachtentelling dat gemiddeld 14 procent van de stedelijke beroepsbevolking *geen* betaalde baan had. Voor inheemse Nederlanders lag dit percentage op 8 procent, voor Zuid-Europeanen op 18 procent, voor Turken op 22 procent, voor Antillianen op 23 procent, voor Surinamers op 25 procent, voor Marokkanen op 27 procent en voor de categorie van immigranten uit overige niet-geïndustrialiseerde landen op 36 procent.<sup>16</sup> De meeste immigranten hebben werk, dat wel, maar de verschillen met de inheemse beroepsbevolking zijn aanzienlijk. De Amsterdammers *met* een baan werken vooral in de dienstverlening, met name in de gezondheidszorg, maatschappelijke en sociaal-culturele zorg en bij banken, verzekeringen en andere zakelijke dienstverlening.<sup>17</sup> Surinamers en Antillianen passen wat dit betreft min of meer in het algemene profiel, een patroon dat – zoals verderop zal blijken – eveneens in hun ondernemerschap zichtbaar is. Turken en Marokkanen zijn nagenoeg afwezig in de zakelijke dienstverlening, maar werken vooral in de industrie, de handel en horeca. Zijzelf of anders hun ouders werden destijds gerekruteerd voor laaggeschoolde en laagwaardige banen in de traditionele industrieën. Als gevolg hiervan strekken hun economisch relevante netwerken zich vooral over de industrie uit. Dit feit, dat vroeger nog als een voordeel uitpakte, speelt hen heden ten dage parten. Hun verankering in de industrie geeft in de zich expanderende Amsterdamse diensteneconomie geeft weinig reden tot optimisme.<sup>18</sup> Hoewel de Nederlandse economie wat haar groei, flexibiliteit en organisatie betreft menig andere geavanceerde economie naar de kroon steekt, en zij elders een veelheid van naijverige reactie oproept, moet toch worden vastgesteld dat substantiële aantallen immigranten in diezelfde economie zich met schier onoverkomelijke blokkades geconfronteerd zien. Uiteraard hebben de overheid en talrijke organisaties en instellingen uit de particuliere sector zich ingespannen om deze

dramatische ontwikkeling te keren. Met name dankzij inventieve vormen van flexibilisering – zoals deeltijd, uitzendwerk, tijdelijke contracten – en een gematigde ontwikkeling van de lonen kon de werkgelegenheid na 1985 inderdaad fors groeien.<sup>19</sup> Echter, uit eigen onderzoek naar de arbeidsmarkt in de hoofdstad komt naar voren dat hiervan vooral (inheemse) vrouwen geprofiteerd. In Amsterdam was dat met name in de handel, het hotelwezen en de horeca het geval.<sup>20</sup> De goedbedoelde banenplannen, opleidingstrajecten, loonkostensubsidieregelingen, voorkeursbehandelingen, convenanten enzovoorts hebben immigranten, blijkens voornoemde werkloosheidscijfers, vooralsnog weinig soelaas geboden.

De opeenstapeling van obstakels om toe te treden tot de (lokale) arbeidsmarkt kan in bepaalde gevallen eigen economische initiatieven ontlokken. In plaats van te zoeken naar een baan als werknemer beginnen sommigen immigranten voor zichzelf. Sommigen emigreerden sowieso al met het vooropgezette plan om zich in het vestigingsland als ondernemer te vestigen.<sup>21</sup> In de Verenigde Staten, om een klassiek voorbeeld van een immigratieland te noemen, hebben joden, Italianen, Grieken en, meer recent, Cubanen, Koreanen en Dominicanen deze weg met veel succes ingeslagen.<sup>22</sup> Light & Roach poneren dat deze ondernemers een rationale basis hebben voor hun activiteiten: de immigranten die zich als zelfstandige ondernemer hebben gevestigd, blijken namelijk gemiddeld hogere inkomsten te hebben dan de immigranten met gelijke kwalificaties die bij een baas zijn gaan werken.<sup>23</sup> In een stad als Los Angeles varieert deze zogenoemde *self-employment bonus* tussen ruim \$ 4.000 per jaar voor Salvadorianen en bijna \$22.000 per jaar voor Russen. In hoeverre immigrantenondernemers in Nederland c.q. Amsterdam een soortgelijke *self-employment bonus* weten te behalen, is volkomen onbekend. Maar feit is wel dat tal van immigranten vallen voor de verlokkingen van het ondernemerschap. Jonge Turken en Marokkanen gaven in het Scholierenonderzoek 1994 te kennen weinig fiducia te hebben in de inheems Nederlandse werkgevers; het ondernemerschap leek hun de snelste manier om werk te vinden.<sup>24</sup>

Een aantal immigranten heeft het niet bij loze woorden gelaten, maar heeft metterdaad een bedrijfje opgericht. Zoals we eerder al aanstipten, vertoont het

ondernemerschap in Amsterdam sinds een aantal jaar een strak opgaande lijn (zie tabel 4).

Tabel 4 Ondernemerschap in Amsterdam, 1989-1996. Aantallen vestigingen x1000.<sup>25</sup>

Jaar	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996
Abs.	53	57	60	62	65	68	69	72

De cijfers uit tabel 4 betreffen de stand van zaken op 1 januari van het genoemde jaar, en hebben dus eigenlijk betrekking op het jaar ervoor. Over welk aandeel hiervan precies voor rekening van immigranten komt, lopen de meningen uiteen. In 1986 werd aangenomen dat er zo'n 1.000 immigrantenondernemers actief waren op een totaal toentertijd van 30.000 ondernemers; dat was ongeveer vijf procent.<sup>26</sup> In 1983 vlooido Choenni het Handelsregister door en telde 4.301 door immigranten gedreven ondernemingen.<sup>27</sup> Bij deze ondernemingen waren, blijkens de inschrijvingen, 5.097 ondernemers betrokken. Zij vormden 6,7 procent van het totale bestand. De registraties bij de Kamer van Koophandel zijn evenwel vervuild: niet alle ingeschreven bedrijven openen daadwerkelijk hun poorten, terwijl niet alle gesloten bedrijven meteen worden uitgeschreven. Uit een recentelijk gehouden mini-arbeidskrachtentelling (AKT) bleek het aantal zelfstandige immigrantenondernemers in de hoofdstad kleiner te zijn.<sup>28</sup> Waar Choenni in totaal 3328 ondernemers uit Suriname, de Nederlandse Antillen, Aruba en mediterrane landen telt, komt de AKT niet verder dan 2.600, dat is pakweg vier procent van het totaal. Het Bureau voor Economische Argumentatie voert, overigens zonder enig bewijs, aan dat elke immigrantenondernemer drie werknemers in dienst heeft. Als deze redenering deugdelijk is, dan zouden de immigrantenondernemingen in Amsterdam een toegevoegde werkgelegenheid bewerkstelligen van tenminste 8.000 of misschien zelfs 10.000 arbeidsplaatsen.<sup>29</sup>

Turken vormen van de immigrantenondernemers de grootste categorie, direct gevolgd door Surinamers en op enige afstand door Marokkanen, Egyptenaren en Pakistani. Tezamen zijn zij goed voor bijna tweederde van de immigrantenondernemers in totaal 5.097 geregistreerde ondernemers (zie tabel 5).

Als we het aandeel van ondernemers in de respectievelijke beroepsbevolkingen beschouwen, zien we dat vooral Egyptenaren, Pakistani en Indiërs en in wat mindere mate Italianen en Turken actief zijn: hun ondernemerschap overtreft veruit het landelijk gemiddelde.

Tabel 5 Immigrantenondernemers als deel van beroepsbevolking in 1993 in Amsterdam<sup>30</sup>

	Turkije	Marokko	Surinam	China	Egypte	India	Pakistan
Ondernemers	1.015	429	915	382	407	312	370
Deel van beroepsbevolking (%)	12,8	4,7	3,5	-	>33	>33	>33

Er lijkt zich iets van een ‘etnische specialisatie’ af te tekenen.

Tabel 6 Immigrantenondernemingen in 1993 in Amsterdam naar sector en land van herkomst<sup>31</sup>

Sector	Turkije	Marok	Surina	China	Egypte	India	Pakist	Overig immigr	Totaal immigr
Industrie	224	6	17	2	6	7	3	18	283
Groot/tussenhandel	141	37	162	44	41	91	111	370	997
Detailhandel	183	127	223	40	24	100	109	181	987
Horeca	235	143	176	147	226	38	47	278	1.290
Zakelijke dienstverlening	7	3	32	8	5	1	1	37	94
Overige dienstverlening	84	46	79	6	16	1	24	107	363
Overige	26	18	83	22	15	19	5	99	287
Totaal	900	380	772	269	333	257	300	1.090	4.301

Immigrantenondernemers zijn het vaakste actief in de horeca: Turken en Marokkanen zijn dat in hun koffiehuisen, de eersten ook in (Italiaanse!) restaurants,<sup>32</sup> Chinezen zijn actief in hun restaurants en Egyptenaren in snackbars en shoarmatenten. Marokkanen, maar vooral Turken zijn verder sterk aanwezig in bakkerijen en (islamitische) slagerijen,<sup>33</sup> terwijl Indiërs en Pakistani sterk zijn doorgedrongen in de (groot)handel in textielwaren. Voorts treffen we nog steeds

in belangrijke mate Italianen aan in de ijssalons en de terrazzobedrijven, en Indiërs en Egyptenaren in geldwisselkantoren en teleshops. Zoals ook blijkt uit bovenstaande tabel zijn Surinaamse en Turkse ondernemers het meest van alle onderzochte categorieën over de diverse sectoren gespreid. Turken zijn als enige categorie van immigranten actief in de industrie, met name in de loonconfectie-industrie voorzover die vandaag de dag nog bestaat.<sup>34</sup> Surinamers zijn ook doorgedrongen in dienstverlenende branches als verzekeringen en onroerend goed.

### Startende ondernemers

Deze ruwe schets geeft de situatie weer op één bepaald moment en heeft zowel betrekking op bedrijven die nog slechts heel kort gevestigd zijn, als op bedrijven die al jarenlang bestaan. De spreiding over de diverse sectoren en categorieën van de bevolking ligt echter niet voor eens en voor altijd vast, maar fluctueert naargelang de drempels tot en de economische perspectieven in die sectoren groter of kleiner zijn of verondersteld worden. Wie een actueel inzicht wil krijgen in de veranderingen van de markten en dus ook in de zich ontwikkelende economische potenties van het (immigranten)ondernemerschap moet nagaan op welke sectoren de *startende* ondernemers zich richten.

Wij beschikken over gegevens van in 1994 gestarte ondernemers in vijf sectoren, te weten de groothandel, de tussen- en detailhandel, de horeca, en de zakelijke en persoonlijke dienstverlening. Over de industrie kunnen we wel melden dat in 1994 het Konfektie Interventie Team (KIT) onder supervisie van het Openbaar Ministerie startte met zijn pogingen om de sector van fraude en illegaliteit te zuiveren. Deels gedwongen door de acties van het KIT verdween het ene na het andere naaiatelier. Desalniettemin waren er in die branche in datzelfde jaar toch nog 87 nieuwe bedrijfsvestigingen, waarvan een enkele overigens niet langer dan één dag bestond. Toegegeven: het aantal starters was dat jaar aanzienlijk kleiner dan in eerdere jaren, hetgeen de inkrimping van de markt illustreert. In de overige sectoren hadden in heel 1994 3.158 startende ondernemers zich bij de Amsterdamse Kamer van Koophandel ingeschreven. Of zij daadwerkelijk in 1994 de deuren van een

vestiging openen, blijft natuurlijk ongewis. Voor zover hun land van herkomst bekend is, hebben zij zich gevestigd in de volgende sectoren (zie tabel 7):

Tabel 7 Startende ondernemers in 1994 in Amsterdam naar sector en land van herkomst<sup>35</sup>

Sector	Turkije	Marokk	Ned.Ant /Aruba	Surina	Ghana	Overige immigr	Totaal immigr	Nederla
Groothandel	14	12	8	44	23	185	286	382
Detail/tussen- handel	21	36	6	33	4	93	193	367
Horeca	8	5	1	17	2	24	57	113
Zakelijke dienstverlening	3	2	2	33	4	82	126	788
Persoonlijke dienstverlening	10	7	2	24	4	35	82	283
Totaal	56	62	19	151	37	419	744	1.933

Ongeveer een kwart van de startende ondernemers in de onderzochte sectoren was immigrant, dat is meer dan op grond van hun aandeel in de beroepsbevolking verwacht mocht worden. Vooral het relatief grote aantal Ghanese en Surinaamse starters valt op. Vergeleken met het grote aantal gevestigde immigrantenondernemingen in de horeca, is het aantal starters in deze sector opmerkelijk gering. Zou er sprake zijn van marktverzadiging? Immigranten, met name Turken en Marokkanen, beproeven bovenal en op de eerste plaats hun geluk in de handel. Zo treffen we hen aan in de groothandel in textiel (met name kledingstoffen) en die in levensmiddelen, en in de detailhandel in kleding, huishoudelijke artikelen en muziekinstrumenten. Voorts ontplooiën nogal wat startende immigranten activiteiten in de zakelijke dienstverlening. In het licht van de meer algemene transformatie naar een diensteneconomie is dat een interessant gegeven. Hoezeer de zakelijke dienstverlening onder immigranten in opkomst is moge blijken uit het feit dat deze sector in 1994 in totaal 119 starters kende, terwijl het jaar ervoor 'slechts' 94 immigrantenondernemingen geregistreerd waren (zie tabel 6). De starters zijn veelal actief in de reclameverspreiding, de boekhouding en handelsbevordering en de ondersteuning bij evenementen in de sfeer van sport en

theater. In de overige dienstverlening treffen we vooral Surinamers aan die zich vestigden als autorijschool, schoonmaakbedrijf of als klusjesman/vrouw.

De meeste starters zijn gevestigd in Amsterdam Zuid-Oost en in het centrum. Voorts zijn De Baarsjes, Oud-West, Oost en Westerpark – ook buurten met relatief grote concentraties van immigranten – ‘gewilde’ vestigingsbuurten. Opvallend genoeg in dat licht is het betrekkelijk kleine aantal starters in buurten als De Pijp.

Al deze gegevens bewijzen dat immigranten inderdaad een grote economisch activiteit aan de dag leggen. Op zichzelf leren ze ons echter weinig over de economische potenties daarvan. Daarvoor moeten we hun activiteiten plaatsen tegen de achtergrond van de ontwikkelingen van de markt. In welke sectoren en marktsegmenten lijken zich kansen voor immigrantenondernemers voor te doen, en wat bepaalt of immigrantenondernemers die kansen ook daadwerkelijk kunnen benutten?

### ***De economische potenties van het immigrantenondernemerschap***

Zoveel is al wel duidelijk: het beeld van veel Amsterdamse winkelstraten is de laatste tijd nogal veranderd. De komst van immigranten betekende eerst een wijziging van de samenstelling van het winkelende publiek. Later zijn ook de winkels zelf deze demografische verschuiving gaan weerspiegelen. Vóór en op de toonbanken zien we in steeds meer winkels een keur aan ‘niet-Hollandse’ producten als kouseband, bataten, feta, tahini en allerlei dipsauzen uitgestald, terwijl we achter de toonbanken steeds vaker immigrantenondernemers aantreffen. Hoezeer immigranten als ondernemer langzaam maar zeker een zichtbare plaats in het straatbeeld innemen, is bijvoorbeeld goed waar te nemen in de Javastraat of in De Pijp. Waar ooit vrijwel uitsluitend Nederlandse winkeliers hun nering dreven, constateren we nu een prominente aanwezigheid van immigrantenondernemers.<sup>36</sup>

De Oude Pijp is vooral beroemd vanwege de Albert Cuypmarkt, de grootste dagmarkt van Nederland.<sup>37</sup> Talrijke Amsterdammers en toeristen weten dagelijks de weg naar de markt te vinden. Hoewel de Albert Cuyp het imago heeft van een 'gezellige, multiculturele markt', hebben – vanwege het stringente, op inschrijvingsduur gebaseerde toewijzingsstelsel – maar weinig immigranten een kraam kunnen huren. Buitenlandse kooplieden kunnen indirect wel profiteren van de stroom van consumenten die de markt genereert. De aanwezigheid van kleine bedrijfspanden met een relatief lage huur in de nabije omgeving van de markt heeft talrijke ondernemingen van immigranten aangetrokken. Van de 625 publieksverzorgende ondernemingen in de Oude Pijp worden er maar liefst 163 gedreven door immigranten.<sup>38</sup> Dit komt overeen met 26 procent van het bestand, hetgeen zowel landelijk als stedelijk een bijzonder hoog percentage is. Surinaamse, Turkse, Marokkaanse en Spaanse kooplieden zijn sterk vertegenwoordigd. De meeste van hen zijn gevestigd in achterafstraten, ze verkopen doorgaans weinig hoogwaardige producten en besteden weinig aandacht aan de presentatie van de waren. Het winkelaanbod in de buurt heeft desalniettemin aan variatie gewonnen.

Met het opkomende ondernemerschap onder immigranten sluit Amsterdam zich aan bij steden als Londen, Parijs en vooral ook New York. In deze steden hebben talrijke immigranten grotendeels op eigen kracht een aanvaardbaar of zelfs goed bestaan weten op te bouwen, en door de jaren heen hebben zij al doende een belangrijke bijdrage aan de stedelijke economische ontwikkeling geleverd. Het immigrantenondernemerschap, zoals wij dat nu in Amsterdam leren kennen, is evenwel van tamelijk recente datum, althans er is hier anders dan in klassieke immigratiesteden geen sprake geweest van een continue toeloop van nieuwe immigrantenondernemers. Maar of de hedendaagse immigrantenondernemers in Amsterdam net zo veel succes bereiken als hun evenknieën in Amerika of als hun Duitse voorgangers Brenninkmeyer, Dreesmann en Sinkel,<sup>39</sup> is niet eenvoudig te voorspellen.

Veel hangt af van wat we onder succes verstaan. In de neoklassieke economie wordt succes veelal puur als economische groei opgevat: een bedrijf is succesvol als het omzet en winst maakt, het die kan stabiliseren en als het vervolgens kan uitbreiden. We zouden echter evengoed kunnen redeneren dat het feit

van economische zelfstandigheid zelf al een vorm van succes is. De zelfstandige ondernemer is dan immers niet afhankelijk van de nukken van een baas, hij/zij genereert eigen inkomsten en kan aan zijn positie status ontleen. Met name voor mensen wier sociaal-economische uitgangspositie weinig rooskleurig is en die verder weinig alternatieven hebben, kan een eigen bedrijfje – hoe marginaal ook – een geweldig succes betekenen.<sup>40</sup> Voor hen is overleving de onderste maatstaf voor succes. Het zou ook zo kunnen zijn dat de ondernemers hun eigen succes afmeten aan de hand van de sociale mobiliteit van hun kinderen. We moeten dan denken aan de Amsterdamse tegenhanger van de joodse kruidenier die zelf in de Bronx een sappelend bestaan leidt, maar wiens kinderen met succes Harvard en Princeton doorlopen. Hoewel ook in Nederland het immigrantenondernemerschap op termijn mogelijk een positief effect heeft op de kansen van de tweede generatie, laten wij deze mogelijkheid hier buiten beschouwing. Niet alleen zijn de betrekkingen van het ondernemerschap van de eerste generatie met de sociale positie van de tweede generatie veelal indirect en complex, ook is in het Amsterdamse geval de tijdspanne voor zulk een intergenerationele mobiliteit voor de meeste immigranten nog (veel) te kort.<sup>41</sup> Geïnteresseerd als wij zijn in de economische potenties van het ondernemerschap vatten we succes al met al toch op meer economische wijze op. Het ligt immers in de rede dat het gros van de zelfstandige ondernemers graag een dik belegde boterham wil hebben.

Waarvan is, vanuit een meer theoretisch perspectief, het succes van ondernemerschap afhankelijk? In principe kunnen we twee categorieën van factoren onderscheiden.<sup>42</sup> De eerste categorie betreft factoren die primair zijn gelegen buiten de individuele ondernemer zelf. Het gaat dan met name om de omvang en ontwikkeling van de afzetmarkt, de verkoopprijzen van de concurrenten, het aantal concurrenten, de beschikbare en benodigde technologie, de vigerende regelgeving en ook het aanbod van bedrijfsruimten en de steun van financiële instellingen. De tweede categorie betreft factoren die in principe direct gekoppeld zijn aan de persoon van de (individuele) ondernemer. We doelen dan op opleiding, markt-

kennis, inzet, de mogelijke beschikking over eigen financieel kapitaal, maar ook op eigen sociaal kapitaal.<sup>43</sup> Dat laatste heeft betrekking op de beschikbaarheid van relevante sociale netwerken die het mogelijk maken op relatief goedkope en flexibele wijze toegang te krijgen tot kapitaal, informatie, arbeid en afzetmarkten. Door de factoren uit beide categorieën vindingrijk te combineren kunnen (immigranten)ondernemers hun kansen op succes in een gegeven marktsegment vergroten.<sup>44</sup>

In de praktijk zijn beide categorieën van factoren niet altijd zo helder gescheiden. Zo bepalen de (initiële) ondernemersvaardigheden in een hoge mate waar ondernemers *in spe* starten en, omgekeerd, kan een gunstige marktontwikkeling de ondernemers meer ruimte geven voor de accumulatie van kapitaal of de vergroting van zijn kennis en vaardigheden. Dit neemt het nut van het onderscheid tussen de beide categorieën factoren evenwel niet weg. Zoals we hierboven reeds schreven, start immers het overgrote deel van de immigrantenondernemers in Amsterdam, net als elders in geavanceerde stedelijke economieën, in specifieke sectoren van de markt, namelijk de groothandel, detailhandel en in bepaalde segmenten van de zakelijke dienstverlening. Overstappen naar andere marktsegmenten, zo zij dat zouden willen, is moeilijk, niet in de laatste plaats omdat zij daarvoor de benodigde vakbekwaamheid, kapitaal en netwerken missen. Iemand die jarenlang actief is geweest in de handel in lompen en metalen zal om voor de hand liggende redenen niet gauw een patisserie beginnen of een bureau voor *Desk Top Publishing* (DTP). De ondernemers zijn al met al sterk gebonden aan de specifieke marktsegmenten waarin zij in eerste instantie actief zijn, en de structurele condities daarin bepalen dan ook in hoge mate hun kansen op economisch succes. Om die reden leggen we in de nu volgende beschouwing de nadruk op de meer structurele, buiten de individuele ondernemer gelegen factoren.

Laten we dan nu beknopt nader ingaan op de onderliggende dynamiek achter de selectieve spreiding van immigrantenondernemers over de marktsectoren in postindustriële Amsterdam. Op basis hiervan zijn we in staat om per sector de potenties van het ondernemerschap globaal te schetsen.

Het overgrote deel van de starters begint, zo nemen we aan, met productie op relatief kleine schaal.<sup>45</sup> Dat houdt in dat deze startende bedrijven die segmenten van de markt moeten opzoeken waar schaalvoordelen (waarover reeds bestaande grootschalige bedrijven kunnen beschikken) niet of nog niet de doorslag kunnen geven. Starten heeft economisch gezien immers alleen daar zin waar effectieve concurrentie met grote bedrijven en dus overleven *überhaupt* mogelijk is. Dergelijke segmenten doen zich – in termen van toegevoegde waarde – zowel aan de bovenkant van de markt voor als aan de onderkant. Aan beide polen vindt inderdaad een stijging van het aantal bedrijven plaats. Zo is er aan de bovenkant de opkomst van allerlei hoog gespecialiseerde bedrijven in de dienstverlening (bijvoorbeeld op het gebied van internet of op dat van milieuvriendelijk produceren), terwijl aan de onderkant het aantal bedrijven in de (detail)handel toeneemt.

Een hoge toegevoegde waarde is doorgaans alleen te realiseren op basis van een relatief hoge opleiding. Voor het opzetten van zelfs een kleine *consultancy* is nu eenmaal hoogwaardige, gespecialiseerde en dus schaarse kennis nodig. Daarboven is het onontbeerlijk toegang te hebben tot bepaalde netwerken van potentiële opdrachtgevers die geïnteresseerd zijn in dergelijke gespecialiseerde adviezen. Beide voorwaarden vormen evenzovele drempels voor tal van beginnende immigrantenondernemers in dit deel van de markt. Op deze regel zijn overigens saillante uitzonderingen.

In de tal van steden en dorpen zijn in de afgelopen jaren projectbureaus voor interculturele arbeidsbemiddeling gevestigd, instituten voor intercultureel management en een veelheid van vertaal- en adviesbureaus. Deze bureaus zijn niet zelden in handen van immigranten die affiniteit met interculturele thematiek hebben, en die zich mede door hun hoge kwalificaties bij uitstek geschikt achten voor dit werk. In dit geval is het de aanwezigheid van immigranten zelf die deze markt heeft helpen genereren, hoewel niet moet worden uitgesloten dat een gebrek aan alternatieven hen tot deze branche heeft gedreven.<sup>46</sup>

Voor hen die niet beschikken over hoge opleidingskwalificaties en evenmin gemakkelijk toegang kunnen krijgen tot bovengenoemde netwerken biedt feitelijk alleen de onderkant mogelijkheden voor het starten van een eigen bedrijf. In Nederland geldt dit laatste met name voor immigranten van Turkse en Marokkaanse afkomst die, gemiddeld genomen, aanzienlijk lager zijn opgeleid dan de inheemse bevolking.<sup>47</sup> Aangezien immigranten in Nederland voornamelijk in de grote steden wonen, en binnen die steden weer in bepaalde buurten, is aan deze sociale en etnische dimensie van startende ondernemers ook een ruimtelijke component verbonden. Met de toename van het aantal immigranten in de grote steden en daarbinnen de sterke stijging van het aantal zogenoemde ‘concentratiewijken’, zal deze ruimtelijke component alleen maar geprononceerder worden.<sup>48</sup>

Voor kleine bedrijven doen zich met name mogelijkheden voor in de marktsegmenten aan de onderkant die zich slecht lenen voor penetratie door grote bedrijven. Het gaat dus om die segmenten waar schaalvoordelen vooralsnog niet de doorslag kunnen geven. Deze openingen vinden we zowel in de bestaande, ‘klassieke’ markten, als in de nieuwere markten.

### Vacancy chains

Een voor de hand liggende opening aan de onderkant van reeds bestaande markten is gelegen in de processen van vervanging en opvolging van bestaande ondernemingen. We hebben het hier over de werking van zogeheten *vacancy chains* waarbij plaatsen aan de onderkant openvallen doordat de ‘oude’ ondernemers hun economische plaats verlaten.<sup>49</sup> Deze openingen zijn mogelijk zonder dat de economische structuur wezenlijk verandert. De imaginaire ladder van de kansenstructuur kan dan als constant worden gedacht. Openingen ontstaan doordat ‘oude’ ondernemers de onderste sporten (in termen van verdiensten en benodigde arbeid) verlaten, omdat zij naar een hogere sport klimmen – bijvoorbeeld doordat zij *upmarket* gaan – of omdat zij het ondernemerschap helemaal de rug toekeren vanwege pensionering, VUT, ziekte, een baan als werknemer of wat dan ook. De

nieuwe kandidaten voor die onderste sporten zijn niet zelden afkomstig uit de kringen van mensen die geen betere mogelijkheden voor zich zien en die daarnaast bereid zijn om (kei)hard te werken tegen een relatief lage beloning. Veel immigranten beschikken over die combinatie van enerzijds weinig mogelijkheden op de formele arbeidsmarkt en anderzijds een werkethos en maatstaven ten aanzien van het gewenste inkomstenniveau die nog uit het land van herkomst stammen.<sup>50</sup> Dat maakt hen bij uitstek geschikt om de opengevallen plaatsen als ondernemer in te nemen. Deze complexe etnische stoelendans is recent nog uitgebreid voor New York beschreven.<sup>51</sup>

Een Turkse vrouw van 30 jaar die al twaalf jaar in Nederland woont, heeft een onderneming opgericht in de detailhandel. Ze verkoopt groente, fruit en levensmiddelen in een Amsterdamse wijk waar veel immigranten wonen. Voordat ze zich als zelfstandige ondernemer vestigde, had ze geen inkomsten uit arbeid. Haar man heeft haar geholpen de onderneming op te zetten met eigen kapitaal. De keuze voor deze branche is voornamelijk bepaald door de lage toetredingsdrempels. De vrouw heeft immers geen diploma's en beheerst de Nederlandse taal slechts matig. Bij de start van het bedrijf heeft ze zich ingeschreven bij de Kamer van Koophandel, maar daarnaast heeft ze geen contact gehad met enige instantie of adviesbureau. Via een kennis hoorde ze dat ergens een winkelpand vrijkwam, en vervolgens heeft zij dat gehuurd. De moeizame startfase is overbrugd doordat ze uitstel van betaling kreeg van haar toeleveranciers. Ze heeft geen werknemers in loondienst. De meerderheid van de klanten komt uit de kring der immigranten. De concurrentie van grootwinkelbedrijven is sterk, waardoor winsten uitblijven. Haar belangrijkste motivatie om als ondernemer te werken is dat ze een bezigheid heeft waarbij ze zelfstandig is. Economisch succes bestaat hier dus primair uit overleven en veel meer lijkt deze economische activiteit ook niet te genereren.

Deze Turkse onderneemster mag dan wel zeer gedreven zijn, zij opereert in een uiterst kwetsbare markt. De informatie en (financiële) steun die zij via haar eigen sociale netwerken kreeg zijn weliswaar voldoende om het bedrijfje van de grond te krijgen, maar kunnen haar nering niet uit de economische gevarenzone halen. Zij heeft geen gebruik gemaakt van het aanbod van voorzieningen dat voor startende ondernemers beschikbaar is.

Deze case illustreert hoezeer het in dit segment gaat om structureel marginale ondernemingen waar de kansen op expansie gering zijn of feitelijk zelfs ontbreken. Mogelijkheden tot schaalvergroting binnen deze branche doen zich niet echt voor, die zijn immers al vrijwel volledig benut door reeds gevestigde grote ondernemingen als grootwinkelbedrijven en ketens.

Een Turkse eigenaar van een kleine zaak in levensmiddelen in Amsterdam, die zó weinig inkomsten genereerde dat hij de belastingdrempel niet eens haalde, vatte dit bondig samen: ‘Grote winkels maken ons kapot met hun goedkope aanbiedingen’. Ondanks een gebrek aan ervaring was hij toch in deze branche begonnen, simpelweg omdat daar weinig startkapitaal voor nodig was.

De buurten waar de zaken gevestigd zijn, betreffen doorgaans armere buurten waarin bovendien vaak veel concurrentie van andere immigrantenondernemers bestaat.<sup>52</sup> Het gevolg laat zich raden: de bedrijven kennen smalle winstmarges, nauwelijks groeimogelijkheden en hebben vaak een beperkte levensvatbaarheid. Veel van de door immigranten overgenomen frietkotten, kruideniers, groentewinkels, bakkerijen en slagerijen leiden inderdaad een zieltogend bestaan.<sup>53</sup> Volgens het Sociaal en Cultureel Planbureau (SCP) valt in de eerste drie jaar sowieso een kwart tot een derde van de bedrijven af, een algemeen verschijnsel overigens.<sup>54</sup> Maar ook als immigrantenondernemers de startersfase overleven is het perspectief op sociale stijging vanuit een dergelijke positie relatief beperkt. Binnen de buurt en binnen de branche zijn doorgaans weinig groeimogelijkheden: de weg van een frietkot naar een *petit restaurant* of *délicatesse boutique* of die van groenteboer naar *traiteur* is zo bezien moeilijk begaanbaar. Wat in deze segmenten al met al het meest voor de hand ligt, is sappelen.

Het beeld hoeft overigens niet altijd zo somber te zijn. Zo kunnen de kansen verbeteren als de bevolkingssamenstelling van de buurt – in koopkrachttermen gemeten – in opwaartse richting zou veranderen. Dit kan bijvoorbeeld doordat de arbeidsparticipatiegraad in de buurt toeneemt, doordat hogere inkomensgroepen zich in de buurt gaan vestigen. Die gevallen vergen wel een aanpassing van de

reeds gevestigde ondernemingen aan de nieuwe economische en demografische realiteit. De buurtsuper bijvoorbeeld zou zich dan meer moeten gaan toeleggen op delicatessen, speciale dipsauzen of andere hoogwaardige producten. Ondernemers die niet actief meegaan met deze verandering van de directe afzetmarkt, maar daarentegen vasthouden aan hun eigen vertrouwde, laagwaardige product-assortiment, delven in zulk een markt zeker het onderspit.

De ondernemers hoeven deze ontwikkelingen natuurlijk niet af te wachten, maar kunnen hun kansen op succes zelf vergroten door na verloop van tijd over te stappen naar een ander marktsegment. Op basis van de als startende ondernemers opgedane ervaring kunnen sommige ondernemers de structurele beperking van het oorspronkelijke segment ontlopen en overstappen naar andere, meer lucratieve economische activiteiten.<sup>55</sup> Dit is minder eenvoudig dan het lijkt, omdat zulke ondernemers daarvoor wel over de benodigde vakkennis en papieren moeten beschikken alsmede over toegang tot de netwerken van toeleveranciers en potentiële klanten.

Een Marokkaanse man van 37 jaar die reeds 17 jaar in Nederland verblijft, is werkzaam als zelfstandige in de groothandel. Hij werkt vanuit een van een kennis gehuurde bedrijfsruimte en levert levensmiddelen aan winkeliers. Vóórdat de man als ondernemer ging werken had hij verschillende baantjes, onder meer als chauffeur en als verkoper. Het startkapitaal voor zijn onderneming is deels afkomstig uit leningen van familieleden, deels afkomstig uit een slagerij waarvan hij een luttele twee jaar eigenaar was. Zijn ervaring in het slagersbedrijf heeft hem niet alleen financiën maar ook ondernemerservaring verschaft om te kunnen overstappen naar zijn huidige bedrijf dat iets minder te lijden heeft onder de concurrentiedruk dan zijn vorige bedrijf. Inmiddels verschaft zijn onderneming emplooi aan, nog vier mensen, te weten een Nederlander, een Spanjaard en twee andere Marokkanen. De ondernemer zelf werkt zeven dagen per week, dertien uur per dag. De verkoop stijgt gestaag, maar door de hogere kosten en de immer sterke concurrentie van soortgelijke ondernemingen dalen de winsten. De ondernemer heeft zich ingeschreven bij de Kamer van Koophandel. Hij heeft bij de Gemeente Kredietbank een lening aangevraagd, maar zijn verzoek werd niet gehonoreerd omdat dat hij geen diploma's bezat. De meeste steun kreeg hij van familie en kennissen. Hoewel het hem niet slecht gaat, is gezien de marktomstandigheden overleven toch een hele klus.

Dat deze ondernemer nog zover is gekomen mag een prestatie worden genoemd. Geen bank was bereid zijn onderneming te financieren, niet in de laatste plaats omdat hij geen diploma's bezat. De terughoudende opstelling van banken en andere financiële instellingen vormt niet bepaald een aanmoediging voor startende ondernemers.

Een interessante bijkomstigheid van de overstap van deze Marokkaan van het slagersbedrijf naar de groothandel van levensmiddelen is dat hij daarmee onbedoeld de *vacancy chain* weer in werking zet en ruimte aan de onderkant vrijmaakt voor weer andere nieuwkomers.

### Global city

Een volgend type van openingen aan de onderkant ontstaat doordat de kansenstructuur zelf verandert. Volgens de Nederlands-Amerikaanse sociologe Sassen hebben recente ontwikkelingen in geavanceerde stedelijke economieën – zij spreekt van *global cities* – de kansen aan de onderkant uitgebreid.<sup>56</sup> Volgens dit perspectief zouden veranderingen in de consumptiepatronen van particuliere huishoudens, als gevolg van de almaar prangender tijdsklem, leiden tot allerlei vormen van persoonlijke dienstverlening zoals *catering*, *nail-care*, kinderoppas, ontbijtdienst, stripogram en een hondenuitlaatdienst. Hun postmoderne drang tot onderscheid stimuleert bovendien de groei van een markt voor *customized* producten, dat zijn producten die op de specifieke wensen van consumenten zijn toegesneden (kleding, meubels enzovoorts), en die kunnen worden geleverd door kleinschalige bedrijven.

Het zijn in de door Sassen beschreven diensteneconomie niet alleen de geprivilegieerden groepen die met hun specifieke vraag naar producten nieuwe kleinschalige dienstverlening en nijverheid oproept. Ook de voortdurende neiging van grote en minder grote bedrijven om bepaalde activiteiten zoals de kantine, de bewaking en koeriersdiensten uit te besteden, leidt volgens Sassen tot meer kansen voor kleine bedrijven aan de onderkant. Juist immigranten zijn vanwege hun nog

aan het land van herkomst gerelateerde preferenties bereid om deze activiteiten te vervullen Volgens Sassen werken de omstandigheden aan de onderkant, met name de onverbidelijke prijsconcurrentie, bovendien allerlei informele productiewijzen in de hand.<sup>57</sup>

De vage contouren van dergelijke processen zijn in Amsterdam wel terug te vinden, zij het niet geheel volgens de blauwdruk van mevrouw Sassen.<sup>58</sup> Er is weliswaar sprake van een toename van de persoonlijke dienstverlening, maar de rol van immigranten hierin lijkt vooralsnog niet erg groot. Turkse of Marokkaanse *babysitters* zijn nochtans (door inheems Nederlandse gezinnen) niet veel gevraagd. Mogelijkerwijs zijn de inkomensverschillen in Amsterdam nog altijd te klein om een branche van enige omvang in deze sector te kunnen dragen. Wel hebben sommige Surinamers en Antillianen interessante bijverdiensten door het bereiden van exotische maaltijden en hapjes voor feesten en partijen.

Een Antilliaanse vrouw is in 1984 naar Nederland gekomen met het voornemen een bedrijfje op te richten. Aangezien haar familie op Curaçao ervaring had in de bakkersbranche trok dit haar het meest. Het heeft tien jaar geduurd, maar in 1994 tenslotte heeft ze zich bij de Kamer van Koophandel ingeschreven. Ze levert taarten en snacks aan Antilliaanse klanten en aan Nederlanders die wel eens iets anders willen proberen. Gedurende de lange periode van voorbereiding kreeg ze niet veel medewerking van Nederlandse instanties. De Sociale Dienst wees haar plannen als onrealistisch van tafel, terwijl andere instanties er evenmin veel brood in zagen. Uiteindelijk is ze thuis voor zichzelf begonnen, op zeer kleine schaal. Daartoe liet ze haar keuken verbouwen, schafte ze een afzuiginstallatie aan en een busje om bestellingen rond te kunnen brengen. In drukke perioden kan zij rekenen op de hulp van familieleden. In 1996 echter ligt het bedrijfje op bevel van de gezondheidsinspectie stil. De ondernemster is teleurgesteld en meent dat alleen grootschalige ondernemingen steun krijgen van de instanties. Een poging van haar de zaak uit te breiden, mislukte vanwege gebrek aan financiën. Er deed zich een kans voor om een bakkerij over te nemen, maar de bank wilde haar geen lening verstrekken. Ze heeft nu haar hoop gevestigd op haar zoon die thans een bakkersopleiding volgt. Wellicht dat hij in de toekomst een beter draaiende zaak kan opzetten.

De ondernemster heeft een interessante nieuwe markt voor haar producten gevonden, maar zij stuit op gebrek aan medewerking van banken en andere

instanties en op de strenge regelgeving rond etenswaren. De Keuringsdienst van Waren in Amsterdam voert regelmatig controles uit, bijvoorbeeld naar aanleiding van kleine advertenties in wijkkrantjes, en treedt daarbij vaak hard op. Deze dienst stelt het belang van de kleine ondernemer uiteraard onder dat van de volksgezondheid. De Antilliaanse ondernemster in onze case had zich nog keurig bij de Kamer van koophandel ingeschreven, maar menig andere *caterer* laat dit achterwege. In sommige woonwijken, bijvoorbeeld in de Bijlmer, worden aldus in de particuliere keuken op informele wijze exotische hapjes, maaltijden en drankjes bereid. Op eenzelfde informele wijze opereren ook pizza- en shoarma services.

Van een groei van de kleine nijverheid is niet of nauwelijks sprake. In de jaren tachtig en begin negentig leek het erop dat de loonconfectie-industrie een interessante branche vormde voor met name Turken. De meeste naaiateliers wisten evenwel slechts met de grootste moeite enige winst te maken, terwijl veel van deze naaiateliers tal van informele praktijken aan de dag legden.<sup>59</sup> Deze (deels) informele wijze van produceren waarbij onvoldoende rekenschap wordt gegeven van de vigerende wetten en regels, maakt economische expansie tot een hachelijke en haast onmogelijke zaak. De confectiemarkt is sowieso al jaren in mineur, maar nu er scherper wordt gecontroleerd op de tewerkstelling van illegale vreemdelingen en op de ontduiking van belastingen en premies zoeken tal van confectionairs hun heil elders of hebben de branche geheel en al verlaten. Sommige ondernemers hebben (een deel van) hun activiteiten verplaatst naar het buitenland, met name naar Oost-Europa en Turkije, of zijn zich gaan toeleggen op de productie van kussenslopen of dweilen. Anderen hebben zich gespecialiseerd in de reparatie van kleding. Voorzover dit gebeurt in opdracht van grootwinkelbedrijven, die hun klanten tegen voordelig tarief een pantalon 'op maat' willen leveren, past dit in het patroon van de *global city* economie. In hoeverre zij net zo succesvol worden als de Griekse zakenman die in het begin van de jaren tachtig de franchiseketen *De Gouden Schaar* oprichtte, is moeilijk te zeggen. Voorzover bekend heeft geen naaiatelier zich toegelegd op een andere typische *global city*

activiteit, namelijk het produceren van modieuze maatkleding aan meer of minder gefortuneerde Amsterdammers.

Zoals al eerder bleek (zie tabel 6), betreden immigranten langzaam maar zeker de sector van de zakelijke dienstverlening. Hier gaat het voornamelijk om ondernemers van Surinaamse huize die, gemiddeld genomen, aanzienlijk hoger zijn opgeleid dan immigranten van Turkse of Marokkaanse herkomst. Klaarblijkelijk zijn zij veel beter in staat munt te slaan uit de algehele expansie in deze postindustriële sector. Het gaat hier zeker niet uitsluitend om laagwaardige zakelijke dienstverlening.

Modellen zijn niet alleen maar prominent aanwezig in de media; ze staan ook symbool voor een snel groeiende *postindustriële* branche. Deze expanderende branche is niet alleen maar het domein van inheemse ondernemers. Een Pakistaanse man van 29 jaar begon in 1994, na een half jaar voorbereiding, een bureau voor modellenwerk en *casting*. De modellen en artiesten die bij hem staan ingeschreven, zijn zowel van Nederlandse als van buitenlandse herkomst. Voordat de man ondernemer werd, werkte hij in loondienst en had hij ervaring met het modellenwerk. Hij heeft geen hulp ingeroepen van instanties, omdat dat volgens hem in zijn branche geen zin had. Op eigen houtje heeft hij de markt verkend en is tenslotte met hulp van personen bij andere *agencies* en modellenbureaus, waar hij al contacten mee had, gestart. Met het smoesje dat hij hoge verhuiskosten moest maken, kreeg hij een lening bij de bank. De ondernemer werkt op wisselende tijden, ongeveer 25 uur in de week gemiddeld. Naast het modellenbureau is hij nu ook werkzaam in de filmbranche. Inmiddels biedt de onderneming werk aan twee werknemers van eveneens Pakistaanse herkomst. Het bedrijf is redelijk florerend naar zijn zeggen. Wel heeft hij last van concurrentie van malafide bureaus die de branche een slechte naam bezorgen. De kansen op verdere groei lijken gunstig. Hij is geen lid van een ondernemersvereniging, maar houdt zelf wel contact met andere ondernemers in de wijk.

Omdat het in deze gevallen – anders dan bij *vacancy chain* segmenten – om in principe groeiende markten gaat, zullen hier de kansen voor immigranten-ondernemers structureel beter zijn. De expanderende afzetmarkt in een bepaald segment zal de kansen voor alle bedrijven in dat segment vergroten net zoals een golf alle boten optilt. Ook bedrijven aan de onderkant van inheemse of immigrantenondernemers kunnen hiervan dus profiteren. De mate waarin zij daad-

werkelijk succes kunnen boeken is dan sterk afhankelijk van de kwaliteiten van de individuele ondernemers. Responsiviteit (de mate waarin de ondernemer de ontwikkelingen van de markt inderdaad waarneemt) en flexibiliteit (het snel kunnen reageren op die ontwikkelingen) zijn dan van doorslaggevend belang. Beide eigenschappen veronderstellen een verfijnde kennis van de economisch relevante omgeving (deels afhankelijk van de kennis van de Nederlandse taal) alsmede snel en flexibel kunnen beschikken over een reeks van andere economische hulpbronnen zoals kapitaal, bedrijfsruimte, arbeid enzovoorts.

### Etnische markt

De hierboven genoemde processen zijn maar in beperkte mate 'etnisch specifiek'. Ook inheemse Nederlanders die zich in een vergelijkbare situatie bevinden, zouden in deze segmenten als zelfstandig ondernemer actief kunnen zijn en dus kunnen profiteren van de hierboven geschetste mogelijkheden. Er bestaan evenwel ook processen die *specifiek* de kansen van immigrantenondernemers beïnvloeden, processen die verbonden zijn aan specifieke *etnische* attributen.

Het eerste proces in dit verband is de ontwikkeling van de zogenoemde *etnische vraag*. De aanwezigheid in Amsterdam van immigranten van allerlei komaf genereert als het ware een vraag naar een baaierd van uitheemse producten die immigranten van huis uit kennen en die zij in Nederland ook wensen aan te schaffen. Inheemse leveranciers kunnen niet of slechts met moeite in deze vraag voorzien, omdat zij de producten zelf onvoldoende kennen (bijvoorbeeld bepaalde etenswaren, kledingstukken, boeken en video's, maar ook de behandeling van kroeshaar), of omdat ze zich niet goed op de hoogte hebben gesteld of kunnen stellen van de aanvoerlijnen daarvan, of omdat zij niet in staat of bereid zijn een etnisch specifieke ambiance te scheppen (reisbureaus, rijsscholen, koffiehuisen en dergelijke), of simpelweg omdat ze de markt te klein achten.<sup>60</sup> In feite kennen immigrantenondernemers hier een *captive market*: een groep van consumenten die – buiten de eigen kring van ondernemers – niet snel een goed alternatief kan

vinden.<sup>61</sup> Uitgerekend deze kwaliteiten maken het moeilijk om klanten uit andere kring aan te trekken.

Reizen verzorgen kan door ieder reisbureau, zo lijkt het op het eerste gezicht. Toch gaat dit maar ten dele op. Immigranten spreken vaak de taal onvoldoende om met een inheems reisbureau zaken te kunnen doen en daarnaast kent zo'n reisbureau de bestemmingen en mogelijkheden in het specifieke land van herkomst vaak onvoldoende. In dit geval, een reisbureau voor Ghanezen, komt daar nog eens bij dat Ghanezen 'hele spontane reizigers' zijn die nogal eens een haastige beslissing nemen die ze dan naderhand weer willen annuleren. Bij een ander reisbureau komt dat hen meestal te staan op drie- tot vijfhonderd gulden, maar bij het bureau van een ondernemer van Ghanese afkomst slechts honderd. Bovendien geeft deze ondernemer zijn klanten krediet. Alvorens te starten had deze ondernemer een aantal gespecialiseerde cursussen met goed gevolg afgelegd en een ondernemingsplan geschreven. Na enkele vergeefse pogingen om een lening bij een bank te krijgen, klopte hij bij STEW, een bureau ter bevordering van het kleinbedrijf. STEW zag evenmin iets in zijn plannen en weigerde startkapitaal te verschaffen. Uiteindelijk leende hij maar geld van een broer. De inschrijving bij de Kamer van Koophandel gaf geen problemen, aangezien hij over de benodigde diploma's beschikte. Toch waren de moeilijkheden bij de start van zijn bedrijf nog niet voorbij. Zo weigerde de bank een bedrijfsrekening voor hem te openen, hoewel hij het startkapitaal inmiddels bij elkaar had. 'You can't do business in our country' was het argument. De ondernemer *in spe* nam hier geen genoegen mee en dreigde een advocaat in te schakelen. Na een kleine woordenwisseling werd de rekening toch geopend. Anders dan de Nederlandse (financiële) instellingen verwachtten, lopen de zaken goed, zeker nu steeds meer Nederlandse klanten die een reis naar West-Afrika willen boeken, de weg naar hem weten te vinden.<sup>62</sup>

Na de startfase kan deze eigen etnische klantenkring of *captive market* dan ook als een rem op verdere expansie werken. Ondernemers die handelen in op een etnische vraag toegesneden goederen die men op vrijwel dagelijkse basis aanschaft, stuiten dan ook snel tegen een plafond. Turkse, Surinaamse en Marokkaanse ondernemers blijken al te vaak sterk aangewezen te zijn op een eigen etnische klantenkring. Zo zijn Marokkanen actief in een klein ruimtelijke gebied: tweederde van de ondernemers opereert in de eigen wijk.<sup>63</sup> De strategie van de *captive market* betekent op termijn onherroepelijk stagnatie.

In zekere zin lopen deze ondernemers het risico te lopen in de, wat de Amerikaanse socioloog Wiley heeft genoemd, *ethnic mobility trap*, de valkuil der etnische mobiliteit<sup>64</sup> Volgens Wiley zijn de routes van sociale mobiliteit voor de leden van etnische groepen veelal uiterst complex en slechts zelden lineair. Zij moeten niet alleen beslissen in welke sector zij zich economisch willen emplooiën, maar ook in hoeverre zij daarbij strategisch gebruik wensen te maken van hun etnische achtergrond. Wiley meent dat degenen die dat laatste wel doen, een ernstige fout begaan. Om dat te kunnen verklaren neemt hij zijn toevlucht tot de metafoor van een boom. De meest gangbare metafoor – die van de ladder – is zijn inziens inadequaat, omdat die suggereert dat er één continue, opgaande weg naar boven is. Maar in werkelijkheid doen zich soms fundamentele blokkades voor, terwijl er soms ook andere wegen en zijwegen naar boven leiden, zoals in een boom talrijke takken naar boven wijzen. Echter, niet alle takken gaan rechtstreeks omhoog; de meeste stijgen slechts licht en wijken uit naar links of rechts. Wie klauterend naar boven aan het eind van een zijtak is beland, en dus nog slechts halverwege de top verkeert, zal ontdekken dat de rechtstreekse weg naar boven niet haalbaar is. De stijging kan pas worden voortgezet, nadat men eerst is teruggekeerd tot het punt waarop de zijtak en hoofdstam elkaar kruisen. Men moet dus eerst een stap terug doen, alvorens verder omhoog te kunnen komen.

Hoewel het nodige is in te brengen tegen deze metafoor,<sup>65</sup> lijkt hij toch aardig de wederwaardigheden van de ondernemers op een etnische markt te beschrijven. Wie wil groeien dient immers een bredere klantenkring aan te spreken. Het geringe vakmanschap, de gebrekkige ondersteuning van banken en financiële instellingen en vooral de voor zulke doeleinden inadequate (klanten)-netwerken van de ondernemer kunnen hem daarbij parten spelen.

Een tweede proces dat specifiek etnische ondernemers een voorsprong kan geven, ligt in het verlengde van het voorgaande. In dit geval gaat om ‘etnische’ producten die reeds door een breder publiek zijn geaccepteerd en waarvan de vraag toeneemt, maar waarin inheemse ondernemers niet in staat zijn (of door het publiek niet in staat worden geacht) te kunnen voorzien. Het gaat dan om de

precieze bereidingswijze en de juiste ingrediënten van bijvoorbeeld Vietnamese loempia's, Turkse lahmacun of Friese kruidkoek. Maar ook hier is de markt niet verzekerd. Bekend zijn de Italiaanse pizzeria's die in handen zijn van Turken. De Turkse ondernemers doen er alles aan om niet als Turk herkend te worden, maar als Italiaan.<sup>66</sup> Dát is immers zijn 'etnische' handelsmerk. Italianen hebben een deel van dit segment van de markt verloren, maar daar staat tegenover dat Turken op creatieve wijze hun marktaandeel hebben vergroot. Deze kopieerstrategie kan in beginsel door iedereen worden nagevolgd die 'Mama Mia' kan zeggen.

Zulk een doorbraak is natuurlijk niet alleen afhankelijk van de betrokken ondernemers, maar evenzeer van het publiek. Zo blijkt het Amsterdamse publiek veel gemakkelijker de drempel van een Turkse bakkerij over te gaan dan het Rotterdamse.<sup>67</sup> Een meer kosmopolitische oriëntatie van zowel ondernemers als publiek kan zo helpen de potenties van het immigrantenondernemerschap te benutten. Dit geldt zeker ook voor de wereld van muziek en theater. De populariteit van wereldmuziek, kaseko en raï – ook onder inheems Nederlandse liefhebbers – heeft de markt voor immigrantenonderneminkjes stellig versterkt.

Tegelijkertijd liggen daar ook weer bedreigingen, omdat het de drempel verlaagt voor inheemse ondernemers om 'etnische producten' te verkopen. Zo heeft Albert Heijn de Moong Dahl in de schappen liggen, verkoopt de Edah in de Bijlmer een keur aan tropische waren, en is de eerste inheemse supermarkt reeds overgegaan tot de verkoop van voorverpakt ritueel geslacht vlees. Wie vroeger voor een exotisch maaltijd de gang naar de Chinees maakte, schroeft vandaag de dag een potje Uncle Ben's saus open. De Chinese, Indische, Hongaarse, Italiaanse, of Koreaanse prak staat in een handomdraai op tafel.

Een derde proces betreft paradoxaal genoeg het verhandelen van 'niet etnisch-specifieke' producten. Immigrant ondernemers kunnen erin slagen concurrentievoordeel te behalen door goedkopere aanvoerlijnen te exploiteren voor eindproducten of grondstoffen. Grondige kennis bij een immigrant ondernemer van de aanvoerlijnen (uit zijn land van herkomst) kan hem dan een aanzienlijk concurrentievoordeel geven.

Een Pakistaanse man van 34 jaar met zowel de Britse als de Pakistaanse nationaliteit is in 1994 in Amsterdam een bedrijf begonnen in de import van leren jacks. De goederen betreft hij uit Pakistan. Dankzij uitgebreide contacten in zijn land van herkomst kan hij goedkoop aan leer komen. Voor dat hij de onderneming opzette, was hij werkzaam als verkoper in dezelfde branche. Aldus kreeg hij al snel in de gaten dat hierin een gat in de markt bestond. Zijn afnemers zijn overwegend Nederlanders. De onderneming is gevestigd in een bedrijfsverzamelgebouw en biedt twee jaar na de start werk aan drie personen, waarvan twee fulltimers. Eén van de werknemers is afkomstig uit Marokko, de ander uit Turkije. Het personeel is geworven via persoonlijke contacten. Bij de oprichting van zijn bedrijf heeft de ondernemer veel steun gehad van bekenden; hij heeft zich niet bij enige instantie vervoegd. Het startkapitaal had hij zelf bij elkaar gespaard in de tijd dat hij in loondienst werkte. De ondernemer is in het bezit van buitenlandse diploma's en heeft zich bij de start van zijn bedrijf ingeschreven bij de Kamer van Koophandel. De meeste concurrentie ondervindt de respondent van andere immigrantenondernemers, afkomstig uit Turkije en Pakistan, die net als hij goedkoop kunnen inkopen in het land van herkomst.

Uit deze case blijkt wel dat het concurrentievoordeel niet aan een individuele ondernemer is voorbehouden. Andere ondernemers die de weg naar dezelfde specifieke aanvoerlijnen kennen, kunnen het succes van de één simpelweg kopiëren, waardoor langzaam maar zeker het concurrentievoordeel afvlakt. Feit blijft evenwel dat de banden die immigranten onderhouden met hun herkomstland, de basis kunnen vormen voor interessante transnationale economieën met de Amsterdamse immigranten als spil.

### ***Slotbeschouwing***

In geavanceerde economieën als die van Nederland c.q. Amsterdam heeft het ondernemerschap sedert enkele jaren een hoge vlucht genomen. Dit geldt helemaal voor het ondernemerschap van immigranten. Hoewel het ondernemerschap van immigranten doorgaans als een klassieke route naar sociale stijging wordt omschreven, en de opkomst ervan in die zin een vanzelfsprekende ontwikkeling

is, kan de recente explosieve groei niet los gezien worden van de structurele veranderingen die de economie thans ondergaat. De veranderingen zijn gemakshalve te vangen in populaire sleutelbegrippen als deïndustrialisering, internationalisering en flexibilisering, al doen dat soort kenschetsen niet helemaal recht aan de complexe processen die in de verschillende branches en stadsdelen plaatsvinden, en die zulke uiteenlopende consequenties hebben voor de economische kansen van verschillende categorieën van de bevolking.

Immigranten in Amsterdam hebben, gezien hun povere arbeidsmarktparticipatie, tot dusver nog betrekkelijk weinig profijt kunnen trekken van de zegeningen van de postindustriële economie. Dat trekt een zware wissel op de sociale, politieke en economische ontwikkeling van Amsterdam. Gebrekkige economische kansen brengen immers vaak sociale en politieke spanningen teweeg, terwijl de kosten voor uitkeringen en andere sociale voorzieningen flink kunnen oplopen. Dat zoveel immigranten metterdaad bereid zijn een eigen onderneming te starten, dus bereid zijn te investeren en risico's te dragen, moet in dat licht alom worden gewaardeerd. Niet alleen dragen zij door hun zelfwerkzaamheid bij aan de stedelijke economie – bijvoorbeeld door de vervanging en vernieuwing van het bestaande ondernemerschap, maar ook de aanvulling en verrijking van het bestaande arsenaal van ondernemingen – ook zijn zij in potentie verschaffers van werk voor duizenden stadgenoten. Ofschoon de aandacht en waardering meestal uitgaan naar de gladiatoren van het economische strijdtoneel – gevestigd op Beursplein 5 of in hun glazen kantoorpaleizen in de Bullewijk – vormen de kleinere bedrijven evengoed onderdeel van de stedelijke en toch zo kosmopolitische economie.

Een internationale stad als Amsterdam kan inderdaad bogen op een snel ontwikkelend ondernemerschap, zowel van inheemse Nederlanders als van immigranten. Tot dusver waren immigranten vooral sterk vertegenwoordigd in de horeca en in de detailhandel, maar in toenemende mate ontwikkelen zij ook activiteiten in de dienstverlening. Sterker: onder de startende ondernemers is de horeca het minst

populair. Met name Surinamers en Turken leggen een grote spreiding over de diverse sectoren aan de dag.

Uiteraard biedt het ondernemerschap voor niemand een garantie op economisch succes. Niet voor de bakkerij op de hoek, niet voor Philips, niet voor een hoog opgeleide internetspecialist en niet voor de Turkse eigenaar van een eenvoudig naaiatelier. Een en ander is afhankelijk van de vaardigheden en hulpbronnen van de immigrantenondernemers zelf, maar vooral ook van de markten waarbinnen zij zich bewegen. Het gros van de immigrantenondernemers vestigt zich in markten waar de toetredingsdrempels laag zijn, de prijsconcurrentie scherp en de toegevoegde waarde gering.

Aan de onderkant van de markt onderscheiden we enkele segmenten met elk een verschillende dynamiek. Het eerste segment betreft dat van de reeds bestaande, marginale bedrijven waar reeds langer gevestigde ondernemers zoals slaggers, bakkers en groenteboeren langzaam maar zeker uit verdwijnen. In deze *vacancy chain* branches zijn de kansen op expansie en economisch succes gering; overleven lijkt het best haalbare. De ontsnappingsroute, die slechts is weggelegd voor de meest dynamische ondernemers, bestaat uit het opzoeken van een ander segment. Soms kan dit proces geholpen worden doordat de directe omgeving van het bedrijf verandert – bijvoorbeeld doordat hogere inkomensgroepen in de buurt komen wonen – en daarmee een nieuw type afzetmarkt creëert.

Er zijn echter ook groeimarkten. Daar hebben immigrantenondernemers (net als inheemsen) veel betere kansen. Dit zijn om te beginnen de markten voor typische *global city* activiteiten. Veranderende consumptiepatronen van particuliere huishoudens doen kansen ontstaan in de persoonlijke dienstverlening (kinderoppas, *catering*) en zelfs in de nijverheid (kleding, meubels), terwijl de uitbesteding van activiteiten door grotere en minder grote bedrijven kansen doen ontstaan in de zakelijke dienstverlening (kantine, koeriers, schoonmaak). Hoewel in Amsterdam wel een toename is van bedrijvigheid in de persoonlijke dienstverlening, is het aandeel van immigranten daarin vooralsnog betrekkelijk klein. Hetzelfde geldt tot op zekere hoogte voor de zakelijke dienstverlening. Met name

Surinamers lijken de kansen hier te benutten, hetgeen waarschijnlijk te maken heeft met hun betere opleiding en sociale netwerken.

Een laatste marktsegment betreft de etnische markt. De vraag naar etnische producten van landgenoten of van inheemse Nederlanders of de toegang tot aanvoerkanalen in het land van herkomst geven immigranten hier een uitgelezen kans. Tal van immigranten zoeken in deze *captive market* hun heil – allicht want ze lijkt in omvang toe te nemen, terwijl ze zo mooi lijkt aan te sluiten bij hun eigen vaardigheden – maar zij lopen al snel tegen de beperkingen ervan op. Niet alleen is de koopkracht van hun clientèle tamelijk beperkt, ook zijn er fundamentele demografische beperkingen. Voor een deel van de immigrantenondernemers in deze markt zijn er niettemin kansen om de etnische grenzen te doorbreken en een grotere klantenkring aan te spreken. Deze kansen liggen juist in een kosmopolitische stad als Amsterdam nog niet eens zo heel slecht.

De immigrantenondernemers, met name de starters onder hen, maken betrekkelijk weinig gebruik van het aanbod van voorzieningen dat voor hen beschikbaar is. In een aantal gevallen hadden de adviserende instanties (Kamer van Koophandel, IMK of branche-organisaties) de ondernemer *in spe* kunnen behoeden voor misstappen, zoals het ondernemen in een verzadigde markt. Daar staat tegenover dat de ervaringen van degenen die zich bij zulk een instantie hebben vervoegd, geen aanleiding tot juichen geven. Naar starters zelf zeggen hebben zij de meeste steun ondervonden in eigen kring. Het sociale kapitaal waarover immigranten beschikken in de vorm van familie, vrienden en kennissen hebben zij op allerlei manieren aangewend, bijvoorbeeld voor het verkrijgen van informatie, het profiteren van extra arbeid in piekperioden en vooral het lenen van geld. Dit laatste was vaak noodzakelijk, omdat banken vaak opmerkelijk weinig coulant waren met het verstrekken van kredieten. De banken schatten de risico's blijkbaar hoger in dan de ondernemers zelf. Sommigen bijdehante ondernemers wisten met een smoesje toch geld van de bank los te krijgen, maar deze weg is weinig koninklijk. Ondernemers hebben wel veel contact gehad met controles van instanties zoals de belastingdienst en de Keuringsdienst van Waren. Uit eigen

onderzoek blijkt tot slot dat heel weinig immigrantenondernemers zich hebben aangesloten bij een ondernemersvereniging. Dit onderstreept de kloof tussen deze ondernemers en de hun omringende ondersteunende structuren. Het dichten van deze kloof zou zeker helpen de potenties van het immigrantenondernemerschap beter te benutten •

## Noten

- <sup>1</sup> OECD (1992). *Employment Outlook 1992*. Paris: OECD.
- <sup>2</sup> OECD (1995). *Labour Force Statistics 1973-1993*. Paris: OECD, pp. 314-315.
- <sup>3</sup> Bron: OECD (1995), pp. 314-315.
- <sup>4</sup> SCP (1996). *Sociaal en Cultureel Rapport 1996*. Rijswijk: Sociaal Cultureel Planbureau, pp. 96-97.
- <sup>5</sup> *Amsterdam in Cijfers. Jaarboek 1990. Deel 1*. (1990). Amsterdam: Gemeente Amsterdam, Bureau voor Onderzoek en Statistiek (O+S), p. 210. *Amsterdam in Cijfers. Jaarboek 1994*. (1994). Amsterdam: Gemeente Amsterdam, Bureau voor Onderzoek en Statistiek (O+S), pp. 198-199
- <sup>6</sup> A. Choenni (1997). *Veelsoortig Assortiment. Allochtoon Ondernemerschap in Amsterdam als Incorporatietraject 1965-1995*. Proefschrift Universiteit van Amsterdam. R. Kloosterman, J. van der Leun & J. Rath (1997). *Over Grenzen. Immigranten en de Informele Economie*. Een inventariserende studie in opdracht van de Tijdelijke Wetenschappelijke Commissie Minderhedenbeleid (TWCM). Voorstudie 10. Amsterdam: Het Spinhuis.
- <sup>7</sup> Ook vergeleken met andere landen vertoonde het immigrantenondernemerschap in Nederland lange tijd een achterstand. Zie J. Boissevain (1992). 'Les entreprises ethniques aux Pays-Bas', *Revue Européenne des Migrations Internationales*, 8/1, pp. 97-106.
- <sup>8</sup> J. Hooft & D. Scholten (1996). *Etnische Groepen in Amsterdam. Jaarbericht 1996*. Amsterdam: Gemeente Amsterdam, Bureau voor Strategisch Minderhedenbeleid, pp.76-77.
- <sup>9</sup> Bron: P.T.M. Tesser, F.A. van Dugteren & A. Merens (1996). *Rapportage Minderheden 1996. Bevolking, Arbeid, Onderwijs, Huisvesting*. Rijswijk: Sociaal Cultureel Planbureau, p. 117.
- <sup>10</sup> Bron: Tesser (1996).
- <sup>11</sup> Vgl. I. Light, P. Bhachu & S. Karageorgis (1993). 'Migration networks and immigrant entrepreneurship', pp. 25-50 in I. Light & P. Bhachu (eds.), *Immigration and Entrepreneurship. Culture, Capital, and Ethnic Networks*. New Brunswick/London: Transaction Publishers.
- <sup>12</sup> Mededeling van IOT aan een der auteurs (november 1994).
- <sup>13</sup> Bureau voor Economische Argumentatie (1994). *De Economische Betekenis van Minderheden voor de Arbeidsmarkt*. Hoofddorp: Bureau voor Economische Argumentatie, pp. iv-v. Zie ook: P. Baetsen & J. Voskamp (1991). *Kopen en Verkopen op Zuid. Een Onderzoek naar de Omgang, Betekenis en Ontwikkeling van het Etnische Ondernemerschap in Rotterdam Oud-Zuid*. Amersfoort: Stichting Werkgroep '2duizend, p. 49.
- <sup>14</sup> Kloosterman, Van der Leun & Rath (1997); Rath, J. (1995). 'Beunhazen van buiten. De informele economie als bastaardsfeer van sociale integratie', pp. 74-109 in G. Engbersen & R. Gabriëls (red.), *Sferen van Integratie. Naar een Gedifferentieerd Allochtonenbeleid*. Meppel/Amsterdam: Boom. J. Rath (ed.) (1997). *Immigrant Businesses on the Urban Economic Fringe. A Case for Interdisciplinary Analysis*. Houndmills, Basingstoke, Hampshire: Macmillan Press. (Verschijnt binnenkort).

- 15 Voor voorbeelden, zie: W. Tinnemans (1989). 'Doorzetters. Immigranten in hogere functies', *Intermediair*, 25/7, 17 februari, pp. 39-49. E. Lof (1997). 'Etnische elite. Allochtonen voorzien in toekomstige arbeidsbehoefte', *Management Team*, 19/5, pp. 33-41.
- 16 Hooft & Scholten (1996), p. 68.
- 17 Onder de *zakelijke dienstverlening* rekenen wij bijvoorbeeld computerbureaus, boekhoudkantoren, administratiekantoren, reclamebureaus, reiniging van gebouwen, beveiligingsdiensten, bureaus voor technisch advies, belastingadviesbureaus en vertaalbureaus. Onder de *persoonlijke dienstverlening* rekenen we bijvoorbeeld autorijscholen, schoonmaakbedrijven die zich richten op particulieren, glazenwassers, stomerijen, kappers, schoonheidsspecialisten, zonnebanken, klusjesmannen, klusjesvrouwen, relatiebemiddelingsbureaus enzovoorts.
- 18 *De Economie in de Regio Amsterdam 1996* (1996). Amsterdam: Gemeente Amsterdam, Economische Zaken, Afdeling Research.
- 19 SCP (1996). Zie verder hierover meer uitgebreid: R. Penninx, J. Tillie, H. Vermeulen, M. de Vries & R. Wolff (1995). *Migratie, Minderheden en Beleid in de Toekomst. Een Trendstudie*. TWCM Voorstudie 5. Amsterdam: Het Spinhuis. Th.J.A. Roelandt (1994). *Verscheidenheid in Ongelijkheid. Een Studie naar Etnische Stratificatie en Onderklassevorming in de Nederlandse Samenleving*. Amsterdam: Thesis. J. Veenman, (1994). *Participatie in Perspectief. Ontwikkelingen in de Sociaal-economische Positie van Zes Allochtone Groepen in Nederland*. Houten/Zaventem/Lelystad: Bohn Stafleu Van Loghum/ Koninklijke Vermande.
- 20 R.C. Kloosterman (1994). 'Amsterdamed: The rise of unemployment in Amsterdam in the 1980s', *Urban Studies* 31 (8), pp. 1325-1344. R.C. Kloosterman (1996a). 'Mixed experiences. Postindustrial transition and ethnic minorities on the Amsterdam labour market', *New Community*, 22(4), pp. 637-653. R.C. Kloosterman (1996b). 'Double Dutch: trends of polarisation in Amsterdam and Rotterdam after 1980', *Regional Studies*, 30(5), pp. 367-376.
- 21 Vgl. E. Blom & T. Romeijn (1981). 'De kracht van traditie. Hoe Chinezen succesvol opereren in het restaurantwezen', *Sociologische Gids*, 28/3, mei/juni, pp. 228-238. F. Bovenkerk & L. Ruland (1992). 'Artisan entrepreneurs. Two centuries of Italian immigration to the Netherlands', *International Migration Review*, 26/3, Fall, pp. 927-939. Choenni (1997).
- 22 I. Light & C. Rosenstein (1995). *Race, Ethnicity, and Entrepreneurship in Urban America*. New York: Aldine de Gruyter. R. Waldinger (1996). *Still the Promised City? African-Americans and New Immigrants in Postindustrial New York*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- 23 I. Light & E. Roach (1996). 'Self-employment: mobility ladder or economic lifeboat', pp. 193-214 in R. Waldinger & M. Bozorgmehr (Eds.), *Ethnic Los Angeles*. New York: Russell Sage Foundation, pp. 193-213.
- 24 Bron: Tesser (1996), p. 118. Zie ook C. Bronsveld (1994). *Op Weg in Rotterdam. Een Onderzoek naar de Traditionele opvang van Turkse en Marokkaanse Nieuwkomers in Rotterdam*. Rotterdam: Sociale Zaken en Werkgelegenheid, Afdeling Sociaal-Wetenschappelijk Onderzoek, pp. 181-121.

- 25 Bron: *Amsterdam in Cijfers 1990* (1990), p. 210; *Amsterdam in Cijfers 1994* (1994), pp. 198-199; *Amsterdam in Cijfers. Jaarboek 1996*. (1996). Amsterdam: Gemeente Amsterdam, Bureau voor Onderzoek en Statistiek (O+S), pp. 207-211.
- 26 Kupers, R.H. (1995). *Albert Cuyp Wereldbazaar. Mogelijkheden om de Albert Cuyp en Omgeving Aantrekkelijker te Maken voor Allochtone Bezoekers en Toeristen*. Doctoraalscriptie. Amsterdam: Universiteit van Amsterdam, Planologisch-Demografisch Instituut, p. 22.
- 27 Choenni (1997), pp. 58-59.
- 28 Hooft & Scholten (1996), pp. 76-77.
- 29 Deze schatting is mede gebaseerd op de mededeling van Hooft & Scholten (1996) dat 2600 immigranten in Amsterdam zelfstandig ondernemer zijn. Als de cijfers van Choenni (1997) evenwel juist zouden zijn, zou het geschatte werkgelegenheidseffect (exclusief dat van de ondernemers zelf) ongeveer 10.000 arbeidsplaatsen bedragen. Daarbij komen dan de arbeidsplaatsen die, als gevolg van de activiteiten van immigrantenondernemingen, ontstaan bij toeleveranciers, horeca-etablisementen of andere neringen. De recente terugval van de Turkse loonconfectie-industrie bracht dat op negatieve manier aan het licht: Turkse koffiehuisen, kruideniers en restaurants deelden noodgedwongen de misère (Rath 1995). Overigens telden Baetsen & Voskamp (1991, p. 48) in hun enquête in Rotterdam een aanmerkelijk kleiner aantal werknemers: in totaal 126 arbeidsplaatsen op 56 immigrantenondernemingen.
- 30 Bron: Choenni (1997), p. 60.
- 31 Bron: Choenni (1997), p. 61.
- 32 P. Larsen (1995). 'Hebben Nederlanders dan geen cultuur? Een beschouwing over Nederlands onderzoek naar "etnisch ondernemerschap"', *Migrantenstudies*, Lustrumnummer geredigeerd door W. Fase & J. Rath, 11/1, pp. 30-38.
- 33 Kloosterman, Van der Leun & Rath (1997).
- 34 Vgl. S. Raes (1996). 'De Nederlandse kledingindustrie en het mediterrane gebied. Migrerende bedrijven en migranten ondernemers', *Sharqiyyât*, 8/2, pp. 143-165. J. Rath 1995..
- 35 Bron: R. Kloosterman & J. van der Leun (1997). *Etnische Economieën in Amsterdam en Rotterdam?* (Verschijnt binnenkort).
- 36 Zie *de Volkskrant*, 4 juni 1995, of Kupers (1995).
- 37 Deze informatie ontleen wij van Kupers (1995). Zie ook M.J. Dijkstra *et al.* (1984). *Onder de Markt. Een Onderzoek naar Marokkaanse, Surinaamse en Turkse Ondernemers in de Oude Pijp*. Amsterdam: Universiteit van Amsterdam, Instituut voor Sociale Geografie. Voor een kenschets van het ondernemerschap in de Bijlmer, zie: Van de Bunt (1992). *Bijlmer Bedrijvigheid. Haalbaarheidsonderzoek naar de Ontwikkeling van het Kleinbedrijf in de Bijlmermeer*. Amsterdam: Van de Bunt.
- 38 De 26 coffeeshops in de buurt zijn buiten beschouwing gelaten.
- 39 Vgl. R.L. Mielliet (1987). 'Immigratie van katholieke Westfalers en de modernisering van de Nederlandse detailhandel', *Tijdschrift voor Geschiedenis*, 100/3, pp. 374-393.

- 40 Vgl. H. Flap, A. Kumcu & B. Bulder (1997). 'The social capital of ethnic entrepreneurs and their business success', in J. Rath (ed.) (1997). *Immigrant Businesses On The Urban Economic Fringe. A Case For Interdisciplinary Analysis*. Houndmills, Basingstoke, Hampshire: Macmillan. (Verschijnt binnenkort).
- 41 Bovenkerk, Eijken & Bovenkerk-Teerink konden een dergelijke intergenerationele mobiliteit wel beschrijven voor Italiaanse ijsbereiders en hun nakomelingen. Zie F. Bovenkerk, A. Eijken & W. Bovenkerk-Teerink (1983). *Italiaans IJs. De Opmerkelijke Historie van de Italiaanse Ijsbereiders in Nederland*. Meppel-Amsterdam: Boom.
- 42 Vgl. J. Rath (ed.) (1997). *Immigrant Businesses On The Urban Economic Fringe. A Case For Interdisciplinary Analysis*. Houndmills, Basingstoke, Hampshire: Macmillan. (Verschijnt binnenkort). R. Waldinger, R. Aldrich, R. Ward & Associates (1990). *Ethnic Entrepreneurs. Immigrant Business in Industrial Societies*. Newbury Park: Sage.
- 43 Vgl. I. Light (1997). 'Globalization And Migration Networks', in J. Rath (Ed.), *Immigrant Businesses on the Urban Economic Fringe. A Case for Interdisciplinary Analysis*. Houndmills, Basingstoke, Hampshire: Macmillan Press. (Verschijnt binnenkort). Flap *et al.* (1997).
- 44 Voor meer informatie over de verschillende markten waarbinnen immigranten kunnen opereren, zie: I. Light & S. Karageorgis (1994). 'The ethnic economy', pp. 647-672 in N.J. Smelser & R. Swedberg (Eds.), *The Handbook of Economic Sociology*. Princeton, New Jersey & New York: Princeton University Press & Russell Sage Foundation.
- 45 We beperken ons hier tot die bedrijven welke worden opgezet door individuele personen. Bedrijven die door reeds bestaande ondernemingen worden opgericht – de dochterondernemingen – laten we hier dus buiten beschouwing.
- 46 Lof (1996); zie ook Tinnemans (1989). Voor de verstoorde kansen van hoogopgeleide immigranten op de arbeidsmarkt, zie F. Bovenkerk, B. den Brok & L. Ruland (1991). 'Meer, minder of gelijk? Over de arbeidskansen van hoog opgeleide leden van etnische groepen', *Sociologische Gids*, 38/3, mei/juni, pp. 174-186.
- 47 SCP (1996).
- 48 Deze visie wijkt sterk af van die welke in rapporten van het Sociaal en Cultureel Planbureau (SCP) naar voren wordt gebracht. Zo omschrijven Tesser *et al.* de combinatie van immigranten en achterstand als uiterst problematisch: in zogenaamde 'concentratiebuurten' zou er sprake zijn van een accumulatie van problemen, niet in de laatste plaats vanwege de inertie van hun inwoners. Dergelijke sombere beschouwingen houden evenwel onvoldoende rekening met de eigen economische initiatieven die er ontplooid worden. Zie: P.T.M Tesser, C.S. van Praag, F.A. van Dugteren, L.J. Herweijer & H.C. van der Wouden (1995). *Rapportage Minderheden 1995. Concentratie en Segregatie*. Rijswijk/Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau/VUGA. Zie voor een kritische beschouwing R. Kloosterman & J. Rath (1996). 'Gangsta's paradise in Holland?', *Migrantenstudies*, 12/2, pp. 94-100. Themanummer 'Concentratie en segregatie' onder redactie van M. van Niekerk & J. Rath.

- 49 Zie ook Light & Karageorgis (1994).
- 50 De Wetenschappelijke raad voor het regeringsbeleid (WRR) plaatste hier destijds grote vraagtekens bij. Voor degenen die zijn gesocialiseerd in 'een geheel ander cultureel klimaat dat het Nederlandse, is het niet altijd gemakkelijk en vanzelfsprekend te voldoen' aan de verwachtingen die de Nederlandse verzorgingsstaat aan zijn leden stelt, zo beweerde de WRR. Enige bewijs voor deze bewering ontbrak overigens. Zie WRR (Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid) (1989). *Allochtonenbeleid*. Rapporten aan de Regering 36. Den Haag: SDU.
- 51 Waldinger (1996).
- 52 SCP (1996), p. 125. In vergeleken met bijvoorbeeld de Verenigde Staten valt die armoede nog wel mee. Mede als gevolg van het relatief hoge uitkeringsniveau is de koopkracht in buurten waarin veel werklozen wonen, niet zo extreem laag. Vgl. Kloosterman, Van der Leun & Rath (1997), pp. 123-124.
- 53 Kloosterman, Van der Leun & Rath (1997).
- 54 SCP (1996), p. 121.
- 55 O.S. Bayraktar & H. van der Weide (1996). *Kwestie van Etniciteit. Kansen voor Turkse Ondernemers, Kansen voor Rotterdam Noord*. Rotterdam/Den Haag: Kybele Consultancy.
- 56 S. Sassen (1988). *The Mobility of Labour and Capital. A Study in International Investment and Labor Flow*. Cambridge/New York: Cambridge University Press.  
S. Sassen (1991). *The Global City. New York, London, Tokyo*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- 57 Kloosterman Van der Leun & Rath (1997)
- 58 Kloosterman (1996b).
- 59 Raes (1996); Rath (1995).
- 60 Light & Rosenstein (1995).. Zie voor segregatie in kappersland *de Volkskrant*, 11 februari 1997.
- 61 Waldinger *et al.* (1990).
- 62 S. van der Pluym (1996). *West-Afrikaanse Ondernemers in Nederland. Een kwalitatief onderzoek*. Doctoraalscriptie Algemene Sociale Wetenschappen. Utrecht: Universiteit Utrecht.
- 63 SCP (1996), p. 121.
- 64 N.F. Wiley (1970). 'The ethnic mobility trap and stratification theory', pp. 397-408 in P.I. Rose (Ed.), *The Study of Society. An Integrated Anthology*. 2nd Edition. New York.
- 65 Zie bijvoorbeeld W. Koot & J. Rath (1987). 'Ethnicity and emancipation', *International Migration*, 25/4, December, pp. 427-440.
- 66 Larsen (1995).
- 67 A.M. Rekers (1993). 'A tale of two cities. A comparison of Turkish enterprises in Amsterdam and Rotterdam', pp. 45-66 in Crommentuyn-Ondaatje, D. (Ed.): *Nethur School Proceedings 1992*, Utrecht: Nethur.

