

Ondernemerschap als

alternatief

Jan Rath

Steeds meer migranten kiezen voor het ondernemerschap.

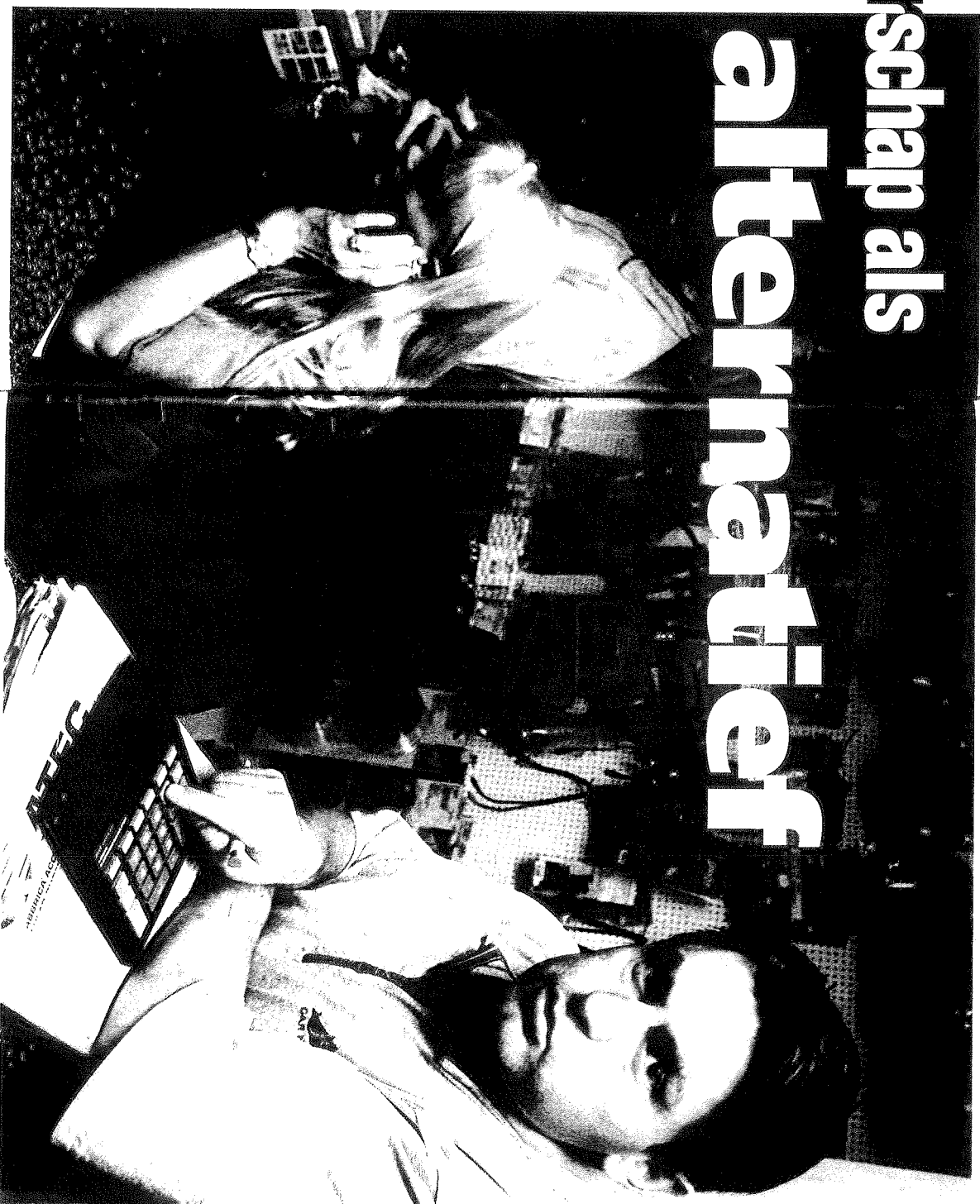
Onderzoeker Jan Rath geeft een economische visie op dit ondernemerschap. Waarom groeit het aantal migrantenondernemers? Welke kansen liggen er voor hen

en in welke branches? En waar zit de kwetsbaarheid van deze bedrijven? In ieder geval niet in etnische kenmerken, stelt Jan Rath.

Het zelfstandig ondernemerschap van migranten heeft de laatste jaren een geweldige vlucht genomen, ook in de arbeidsmarkt Rotterdam: tussen 1989 en 1997 is het aantal migrantenondernemers met bijna 250 procent gestegen, van 1.43 tot 382 ondernemingen. Dat het oot zoover zou komen, werd nog niet zo lang geleden voor ondenkbaar gehouden. Het kleinbedrijf had immers algeveaan, zo wist iedereen die een beetje verstand van economie had. Deze grote

en kleine gedeelten voorspelden dat het kleinbedrijf in een moderne economie geen toekomst meer had. Volgens de logica van het kapitalisme zouden de grote ondernemingen de kleintjes genadeloos verpletteren. De werkdijheid bleek echter weerbarstig, want in alle moderne economieën ging het aantal kleine ondernemingen langzaam maar zeker toch stijgen. Aanvankelijk gebeurde dat alleen in de Verenigde Staten en

foto: Lenny Oosterwijk



Jan Car Hill Elers

Ondernemerschap als alter

Jan Rath

Steeds meer migranten kiezen voor het ondernemerschap.

Onderzoeker Jan Rath geeft een economische visie op dit ondernemerschap. Waarom groeit het aantal migrantenondernemers? Welke kansen liggen er voor hen en in welke branches? En waar zit de kwetsbaarheid van deze bedrijven? In ieder geval niet in etnische kenmerken, stelt Jan Rath.

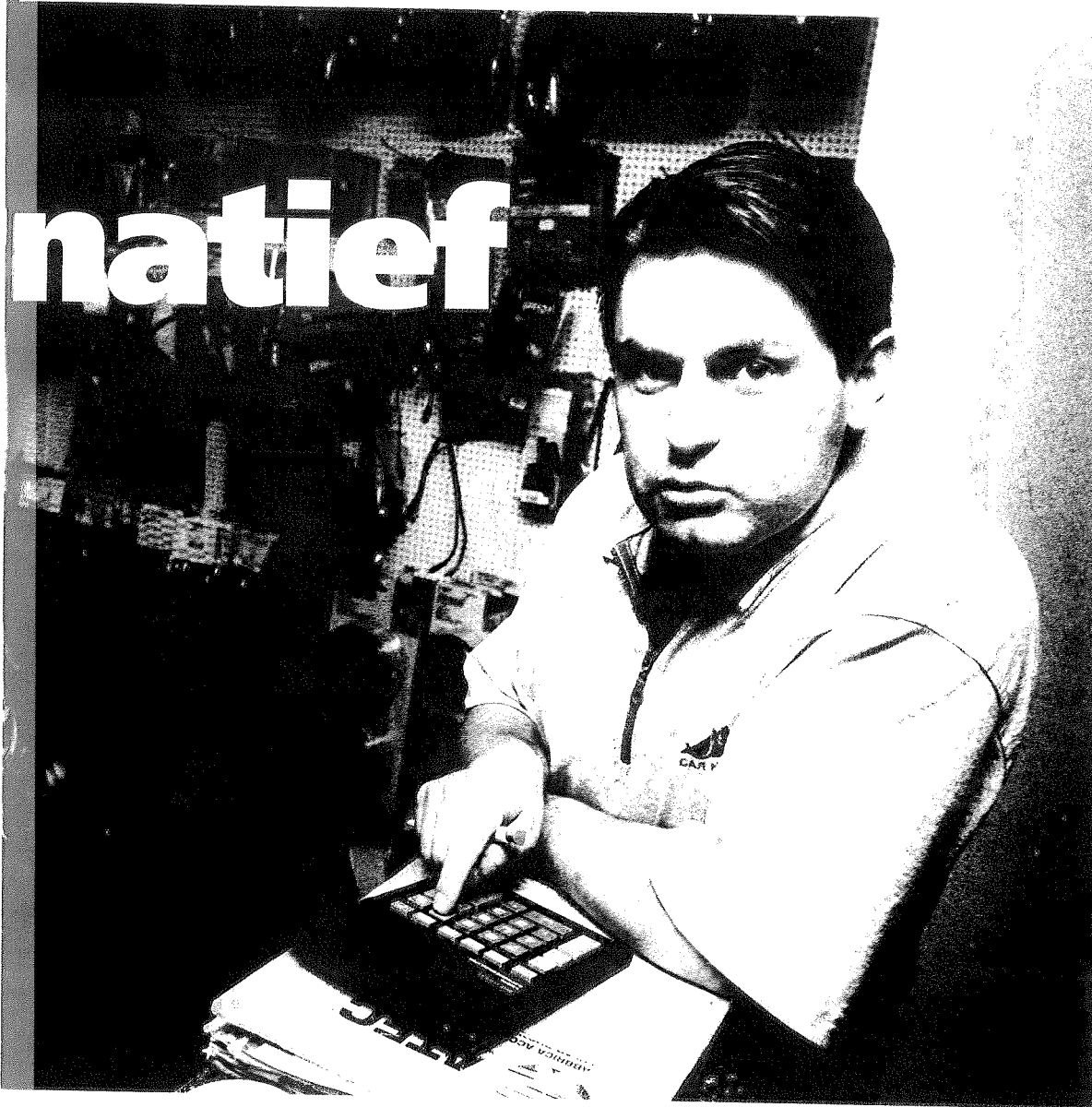
Het zelfstandig ondernemerschap van migranten heeft de laatste jaren een geweldige vlucht genomen, ook in de arbeidersstad Rotterdam: tussen 1989 en 1997 is het aantal migrantenondernemers met bijna 250 procent gestegen, van 1543 tot 3821 ondernemingen. Dat het ooit zover zou komen, werd nog niet zo lang geleden voor ondenkbaar gehouden. Het kleinbedrijf had immers afgedaan, zo wist iedereen die een beetje verstand van economie had. Deze grote

en kleine geleerden voorspelden dat het kleinbedrijf in een moderne economie geen toekomst meer had. Volgens de logica van het kapitalisme zouden de grote ondernemingen de kleintjes genadeloos verpletteren. De werkelijkheid bleek echter weerbarstiger, want in alle moderne economieën ging het aantal kleine ondernemingen langzaam maar zeker toch stijgen. Aanvankelijk gebeurde dat alleen in de Verenigde Staten en

foto: Lenny Overduin



informatief



Jet Car Hifi Electronics, Rotterdam-Zuid

foto: Pieter van Heem



Kapper Elaine, Kruiskade Rotterdam

Groot-Brittannië, maar later ook in andere landen in Europa, waaronder Nederland. Deze groei van het zelfstandig ondernemerschap is het sterkst zichtbaar in de steden, en daarbinnen blijken met name migranten bijzonder actief te zijn. Tegen de achtergrond van de hoge werkloosheid onder migranten steekt deze ontwikkeling dus gunstig af.

Economische veranderingen

De opkomst van dit kleine ondernemerschap heeft veel, maar niet alles, te maken met demografische en economische veranderingen binnen de steden. Laagwaardige industrie maakt gaandeweg plaats voor meer hoogwaardige dienstverlening en dat heeft allerlei gevolgen voor de werkgelegenheid aan de onderkant van de arbeidsmarkt en de kansen van kleine ondernemingen.

Dat migranten zich nu op grote schaal als zelfstandigen vestigen, zegt daarom meer over de veranderende kansen in de economie dan over het etnisch-culturele karakter van migrantenondernemerschap.

Neem de gastarbeiders uit Turkije, Marokko of andere Mediterranen die destijds om puur economische redenen naar Nederland kwamen. Ze werden gerekruteerd voor laagwaardig en onaantrekkelijk werk in de industrie. In Rotterdam kwamen ze vooral terecht in de scheepsbouw en scheepsreparatie, en in mindere mate in de haven. Maar de werkgelegenheid in deze takken van industrie liep in de loop der jaren drastisch terug. 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 Mediterranen daar weinig van. Door hun beperkte scholing zijn zij niet of nauwelijks gekwalificeerd voor het werk in hoogwaardige dienstverlenende bedrijven, en bovendien strekken hun netwerken zich amper tot die bedrijven uit. Daarbovenop worden zij nog wel eens slachtoffer van discriminerende praktijken van werkgevers. Voor een stad als Rotterdam is dit een ernstige situatie, zeker omdat alle goedbedoelde maatregelen om migranten aan een baan te helpen lang niet altijd zoden aan de dijk zetten. Het is dat Nederland nog een relatief goed stelsel van sociale zekerheid heeft, anders zou het economische draagvlak van Rotterdamse buurten als Delfshaven of

de Afrikaanderwijk helemaal zijn weggeslagen. Daar waar de formele arbeidsmarkt migranten relatief weinig te bieden heeft, vormt het zelfstandig ondernemerschap opeens een interessant alternatief. Het biedt de ondernemers, maar ook hun eventuele werknemers, perspectief op een meer succesvolle economische integratie. Bovendien is hun bedrijvigheid gunstig voor de plaatselijke economie. Het blijkt dat veel migranten hun bedrijf starten in die buurten waar veel landgenoten wonen, dus uitgerkend in de buurten waar Nederlandse ondernemers het laten afweten. De maatschappelijke betekenis daarvan kan moeilijk worden overschat.

Patatzaak wordt roti-tent

Van welke economische kansen maken juist migrantenondernemers gebruik? 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 migranten blijken te worden ingenomen. En daar zijn genoeg herkenbare voorbeelden van: de patatzaak die plaatsmaakt voor een Turkse pizzabakkerij of een Surinaamse roti-tent, het bruine café dat verandert in een Marokkaanse kroeg, de Scheveningse visboer die wordt opgevolgd door een Kaapverdiaan. Deze stoelendans is een heel normaal proces, maar het maakt wel de veranderende samenstelling van de bevolking zichtbaar.

Verder genereert de aanwezigheid van migranten zelf ook nieuwe markten doordat zij als consumenten wensen hebben waaraan de gevestigde ondernemers niet of nog niet (kunnen) voldoen. Veel Turken brengen hun vrije tijd graag onder elkaar door, onder streekgenoten of geloofsgenoten, en voelen zich in een willekeurige Nederlandse bar niet thuis. Zie daar de vraag naar Turkse koffiehuisen — enigszins naar het model van de *çayhane* in Turkije. Creoolse

Surinamers zijn niet tevreden met de knipkunst van de Nederlandse barbier — onbekend als deze is met de behandeling van kroeshaar — en zo ontstaat er ruimte voor *black hair*-kappers. De islamitische spijswetten schrijven moslims *hâlal*-vlees voor en daár 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. Tegelijkertijd zit hier ook de kwetsbaarheid van deze ondernemingen. Want de continuïteit van de vraag hangt voor een deel af van de mate waarin een migrantengroep integreert in de Nederlandse samenleving. Naarmate die integratie vordert, zal de behoefte aan specifiek Turkse koffiehuisen afnemen. Dit betekent dat deze ondernemers naar nieuwe markten moeten uitzien, bijvoorbeeld door ook de deuren te openen voor een algemener publiek. Dit uitbreken naar nieuwe markten is wellicht sowieso noodzakelijk om op lange termijn te overleven, omdat 'etnische' of 'etnoreligieuze' markten alleen al om demografische redenen begrensd zijn. Maar de bedreiging komt ook uit een andere hoek. Zo zijn er evengoed Nederlandse ondernemers die de veranderingen in de markt in de gaten krijgen en vervolgens ook uitheemse producten of diensten in hun assortiment gaan opnemen. Bijna alle Nederlandse supermarkten, vooral in stadswijken waar veel migranten wonen, verkopen inmiddels zulke typisch 'etnische' producten als pizza, kousenband, Surinaamse broodjes of Turkse yoghurt, en de eerste supermarkten die voorverpakt *hâlal*-vlees in hun koelvakken leggen, hebben zich al aangediend.

Dienstverlening: migranten ondervertegenwoordigd

Ondanks deze bedreiging laat de ontwikkeling naar een postindustriële economie ook ruimte voor nieuwe,

andere kansen waar laagopgeleide migranten van kunnen profiteren.

Het blijkt bijvoorbeeld dat grotere bedrijven niet langer alle taken in eigen beheer uitvoeren, maar veel van die taken uitbesteden aan gespecialiseerde bedrijven. De werkster, de kantinejuffrouw, de conciërge, de jongen van de postkamer, en menig dame van de typkamer zijn als directe collega's verdwenen. De schoonmaak wordt uitbesteed aan aparte bedrijven, evenals de catering, bewaking, het repowerwerk, 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 zijn er openingen. Vooral daar waar op prijs wordt geconcentreerd, en de prijs veelal afhankelijk is van de kosten van arbeid, liggen er kansen voor laagopgeleide migranten. Daarnaast is het zo dat mensen, die in de diensteneconomie een goede baan hebben, andere consumentenbehoefte aan de dag leggen. Ze willen een kinderoppas, een hondenuitlaatsdienst, een hovenier of zoiets als maatkleiding. Ook hier kunnen migranten van profiteren.

Maar grijpen migranten ook werkelijk hun kans op deze markten? Nee, (nog) niet in grote mate. Migrantengroepen zijn nog steeds vooral actief in de horeca en 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 Nederlandse ondernemers nog ondervertegenwoordigd hoewel hun marktaandeel gaandeweg wel groter wordt.

Dit is een aanwijzing dat migranten vooralsnog weinig baat hebben gehad bij de veranderingen in de grootstedelijke economie, maar óók dat hier nog heel wat te winnen valt. Tot nog toe is het zo dat migrantenondernemers in de horeca en detailhandel sterk aanwezig zijn op de markten die zij zelf genereren. Het uitbreken naar andere, meer open markten komt maar traag op gang. Daarbij doen zich overigens

wel belangrijke lokale verschillen voor. In Amsterdam, waar een grote toeristen-industrie is, blijkt er veel ruimte te zijn voor kleinschalige en laagwaardige horecaondernemingen. In Rotterdam neemt die industrie weliswaar in omvang toe, maar is de markt vergeleken bij Amsterdam toch nog 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 migranten uit één herkomstland. Zo is het aantal Turkse Rotterdamers aanzienlijk groter dan het aantal Turkse Amsterdammers, maar heeft dit zijn weerslag op het aantal ondernemingen? Nee, integendeel. Anders dan in Amsterdam zijn Turkse horecaondernemers in Rotterdam veel meer op de eigen groep georiënteerd.

Nadruk etniciteit onterecht

Een heel ander punt is de manier waarop tegen migrantenondernemerschap wordt aangekeken. In veel analyses ligt de aandacht vooral bij het etnische karakter van de bedrijvigheid. Niet voor niets wordt vaak de term etnisch ondernemerschap gehanteerd, daarmee suggererend dat het om een heel apart soort ondernemerschap gaat. Nu is het best mogelijk dat het ondernemerschap van Turken of Javaanse Surinamers inderdaad beïnvloed wordt door de eigen cultuur. Maar vaak wordt dit op voorhand – zonder verder te kijken – aangenomen. Los van de vraag of het niet erg toevallig is dat zulke uit-enlopende groepen in hun ondernemerschap allemaal op een min of meer zelfde manier van Nederlanders afwijken, is de nadruk op etniciteit of cultuur voorbarig als niet eerst naar algemene ondernemerskenmerken wordt gekeken. Zou de sterke concentratie van

migrantenondernemingen aan de onderkant van de markt, hun veelvuldige overtredingen van wetten en regels, of het feit dat ze vaker failliet gaan óók met cultuur te maken hebben? Kom nou. Beter is het om de verklaring te zoeken in meer algemene kenmerken en processen (van het ondernemen). Denk aan randvoorwaarden zoals de beschikbaarheid van betaalbare bedrijfsruimten op aantrekkelijke locaties. Of de mate waarin de overheid regelgeving begrijpelijk en haantbaar maakt. Of de ruimte die migranten krijgen en nemen om zich te organiseren in branche-organisaties en winkeliersverenigingen – organisaties die tot nog toe vooral uitgaan van al gevestigde ondernemers. Bovendien moet net zo min vergeten worden, dat de oorzaken van de hoge werkloosheid onder migranten ook werkzaam zijn als het gaat om ondernemerschap. De lage opleiding van een deel van die ondernemers, de eenzijdige economische netwerken, selectie- en uitsluitingsprocessen van de kant van financiers, opdrachtgevers, consumenten en gevestigde bedrijven, gevoegd bij die ondoorzichtigheid van de Nederlandse bureaucratie zijn veel logischer verklaringen. Wie het ondernemerschap van migranten wil versterken, zal eerder daar naar aanknopingspunten moeten zoeken dan elders.

Dr. Jan Rath is werkzaam bij het Instituut van Migratie- en Etnische Studies (IMES) van de Universiteit van Amsterdam. Hij is medeoprichter en coördinator van een international netwerk op het gebied van migranten-ondernemerschap. Adres: Rokin 84, 1012 KX Amsterdam, 020 - 525 36 27, e-mail rath@psc.uva.nl, internet <http://home.psc.uva.nl/rath>.

Migrantenondernemers in cijfers

(bron: Een factor van betekenis; Zelfstandig ondernemerschap van allochtonen in Nederland, H. van den Tillaart & E. Poutsma, juni 1998 i.o.v. ministeries Economische Zaken & Binnenlandse Zaken)

Zelfstandig ondernemerschap:

40.000 allochtone ondernemers in Nederland

Eind 1997 staan 83.420 allochtone ondernemers ingeschreven in het Handelsregister, van wie er 40.721 nog actief zijn. Ze komen met name uit Turkije (7453 ondernemers), Suriname (6223), China/Hongkong (4794), Marokko (2844), Egypte (1977), Nederlandse Antillen (1561) en Italië (1459). Deze ondernemers wijken wat betreft geslacht en burgerlijke staat nauwelijks af van autochtone Nederlanders. Van de autochtone zelfstandig ondernemers is 27 % vrouw, bij de allochtonen is dat percentage 28 %. Alleen in scholingsgraad is er verschil. Zo is het percentage allochtone ondernemers met alleen basisonderwijs hoger: 12 %, waar van de autochtone ondernemers 6 % alleen lagere school heeft. Wat betreft de groepen met een hoger opleidingsniveau is dit verschil weer te verwaarlozen: 73 % van de autochtonen heeft MBO of hoger onderwijs gevolgd, tegenover 72 % van de allochtone ondernemers.

Geregistreerde bedrijven:

34.000 actieve allochtone bedrijven in Nederland

Het Handelsregister beschikt over de gegevens van 61.000 allochtone bedrijven, waarvan er 34.561 actief zijn. De bedrijven vallen onder dezelfde allochtone categorieën als hierboven vermeld: de meeste allochtone bedrijven worden gerund door Turkse ondernemers (6324). In totaal is 58 % van de allochtone bedrijven in handen van ondernemers uit groepen van het minderhedenbeleid (zoals Turkije, Marokko, Suriname, Antillen, Kaapverdië etc.). De meeste allochtone bedrijven, namelijk 85 %, zijn eenondernemerbedrijven, waarbij de Chinezen een duidelijke uitzondering vormen. Van de 34.000 bestaande allochtone bedrijven is 39 % op z'n hoogst drie jaar geleden van start gegaan. Bijna een kwart bestaat al minimaal tien jaar en de rest (36 %) draait tussen de drie en de tien jaar.

Failliet: een kwart overleeft het eerste jaar niet

Ongeveer een kwart van de allochtone bedrijven haalt het eerste jaar niet. Bij de autochtone bedrijven is dit percentage circa 15 %. Na het eerste jaar is er geen verschil meer tussen allochtone en autochtone starters.

MIGRANTEN INFORMATIEF

MIGRANTEN INFORMATIEF

ALLOCHTONEN IN BEDRIJF

INTERVIEW

met de ontwerper

Mark Parlane

POST

Stichting Stimulans • Maasstraat 11 • 3016 DB Rotterdam • 010 433 19 11

Mi is een blad voor mensen die (beroepshalve) bezig zijn met het vormgeven van de multiculturele samenleving.

foto: Pieter van Rie-oen, Slagend Benall, Kruiskade Rotterdam