

1. PROBLEEMSTELLING EN THEORETISCH RAAMWERK

1.1 INLEIDING

De Chinese keuken is in de loop der jaren een begrip geworden in de Nederlandse samenleving. Vlak na de Tweede Wereldoorlog bestonden er in Nederland reeds enkele Chinese restaurants, maar vooral in de jaren zeventig was er sprake van een enorme groei van het aantal Chinese restaurants.¹

Nederland telde in 1995 bijna 2.000 Chinese restaurants. In 1960 waren het er nog maar 225. In een tijdsbestek van 35 jaar is het aantal restaurants in deze sector dus meer dan verachtvoudigd. Voor Nederlandse begrippen is dat een ongekend fenomeen. In de horecasector is er tot dusverre geen ontwikkeling te zien geweest, die qua snelheid en omvang hiermee vergelijkbaar is. Het Chinese restaurant heeft in de jaren vijftig en zestig duidelijke impulsen gegeven aan het 'uit eten gaan' binnen de Nederlandse samenleving. Anno 1995 telde Nederland ongeveer 10.000 eetgelegenheden. Bijna een kwart van deze restaurants heeft een Aziatische keuken. Het merendeel daarvan is Chinees. Het is duidelijk dat het Chinese restaurant zich inmiddels een belangrijke positie heeft verworven in de Nederlandse horecasector. Voor veel Chinezen is deze sector ook de belangrijkste bron van werkgelegenheid. Kan op basis van de bestaande literatuur inzicht worden verkregen in het ontstaan en de verdere ontwikkeling van deze restaurantsector?

Tot dusverre is er, relatief gezien, nog niet veel onderzoek verricht naar de positie van de Chinese migrantengroepering in Nederland.² Afgezien van de door Van Heek (1936) en door Vellinga & Wolters (1966; 1971) verrichte onderzoeken zijn de studie van Pieke (1988), die in opdracht van het ministerie van Binnenlandse Zaken werd uitgevoerd, en het onderzoek van Benton en Vermeulen (1987) de enige publicaties waarin vrij uitvoerig op de positie van deze migrantengroepering is ingegaan.

¹ Wanneer in de tekst gesproken wordt over de Chinese restaurants, worden daarmee alle restaurants binnen de Chinese horecasector bedoeld. Het grootste deel van deze restaurants afficheert zich in de praktijk echter als Chinees-Indisch. In hoofdstuk 3 zal nader op dit onderscheid worden ingegaan.

² Hier worden bedoeld de Chinezen uit Hong Kong en het vasteland van China. Daarnaast bevinden zich in Nederland personen van Chinese oorsprong die uit andere landen afkomstig zijn, zoals Indonesië, Vietnam, Singapore, Taiwan en Suriname.

Andere meer recente onderzoeken richten zich vooral op een bepaald aspect van deze groepering, zoals de positie van de vooroorlogse Chinezen in Nederland (Wubben, 1986), de gezondheidssector (Vriezen, 1985; Rijkschroeff & The, 1992), de identiteit van Chinese jongeren (Verkuyten & Kwa, 1994) of de positie van Chinese ouderen (Rijkschroeff e.a., 1993; Sciortino e.a., 1993).

Uiteraard is er meer materiaal voorhanden, bijvoorbeeld in de vorm van rapporten (Voets & Schoorl, 1988; CCRM, 1989), enkele afstudeerscripties, voorlichtingsbrochures en artikelen in tijdschriften. Ten slotte zijn door het bedrijfschap Horeca verschillende rapporten uitgegeven, waarin met name bedrijfseconomische aspecten centraal staan. Al met al toch nog tamelijk veel informatie, maar in vergelijking tot het aantal publicaties dat in de loop der jaren aan andere migrantengroeperingen in Nederland is gewijd, qua omvang niettemin zeer bescheiden.

1.2 VRAAGSTELLING

Gezien het voorgaande behoeft het geen betoog dat het onderwerp 'De Chinese restaurants in Nederland' tot nog toe onderbelicht is gebleven. In de onderhavige studie zal de Chinese horecasector centraal worden gesteld. Vanuit die invalshoek kan ook meer inzicht worden verschaft in de positie van deze migrantengroepering. Per slot van rekening is naar schatting 70% van de Chinese beroepsbevolking in Nederland werkzaam (geweest) in de Chinese horecasector.³ In werkelijkheid gaat het om veel meer mensen in het arbeidsproces, omdat in de regel het gehele gezin betrokken is bij het reilen en zeilen van een restaurant.

Afgaande op de snelle expansie is er kennelijk sprake geweest van een succesvol ontwikkelingsproces. Hoe heeft deze expansie zich in zo'n betrekkelijk korte tijd kunnen voltrekken? Onder welke maatschappelijke omstandigheden heeft deze ontwikkeling plaatsgevonden? En heeft het beleid van de overheid daarbij een rol gespeeld? Het zou al een stap voorwaarts zijn wanneer daarin enig inzicht kan worden geboden. Daarmee zou echter slechts een deel van de problematiek worden belicht. Daarnaast rijzen immers vragen van een andere orde: waarom kiest men voor een carrière in de horecasector, hoe reageert men als beroepsgroep op bepaalde maatschappelijke ontwikkelingen, welke inspanningen vereist het om een eigen restaurant te starten en wat is daarbij eigenlijk de rol van het gezin? En als men al gemotiveerd is om een eigen bedrijf te beginnen, ziet de startende ondernemer zich vervolgens

³ Zie Federatie Periodiek Special, 1990, p. 12.

geplaatst voor een aantal vragen van meer strategische aard: hoe kom ik aan het benodigde kapitaal, waar komt het restaurant te staan en op welke klantenkring richten we ons?

Kortom, een verscheidenheid aan vragen, waarop in onderlinge samenhang een antwoord zou moeten worden gevonden. Een complicerende factor daarbij is dat de maatschappelijke omstandigheden door de jaren heen veranderen. Economische recessie leidt tot een verminderde klandizie en dwingt restauranthouders andere wegen in te slaan om toch nog aan omzet te komen. Op lokaal niveau kunnen de omstandigheden zich wijzigen, bijvoorbeeld als gevolg van stadsvernieuwing of verpaupering van de wijk. Ook binnen de migrantengroep zelf doen zich ontwikkelingen voor die om herbezinning vragen. Zo zijn veel leden van de tweede generatie niet meer bereid werkweken van 70 uur of langer te maken en zoeken zij hun heil in banen buiten de horecasector. Daarmee wordt uiteraard ook de dynamiek binnen deze sector aangegeven.

Deze studie beoogt inzicht te verschaffen in de ontwikkeling van de Chinese restaurants in Nederland. De vraagstelling kan als volgt worden geformuleerd:

- a) Welke maatschappelijke processen zijn van invloed geweest op de ontwikkeling van de Chinese horecasector in Nederland?
- b) Welke ontwikkelingen hebben zich voorgedaan binnen de Chinese migrantengroepering?
- c) Op welke wijze hebben de onder de punten a) en b) genoemde ontwikkelingen elkaar beïnvloed en welke effecten heeft die interactie gehad op de ontwikkeling van de Chinese restaurants in Nederland?

Deze vraagstelling zal in § 1.10 nader worden uitgewerkt. Wat is er tot nog toe bekend over de Chinese migrant als ondernemer? Zoals gesteld zijn er wel enkele publicaties over dit onderwerp verschenen, maar voor wat de Nederlandse situatie betreft, is het voorhanden zijnde materiaal tamelijk schaars. Over het onderwerp (etnisch) ondernemerschap in het algemeen is door de jaren heen echter wel het nodige gepubliceerd. In het hiernavolgende gedeelte zal aandacht worden besteed aan een aantal aspecten van het (etnisch) ondernemerschap.

In de eerste plaats zal worden ingegaan op het begrip ondernemerschap in algemene zin. In de tweede plaats zal aandacht worden besteed aan de belangstelling daarvoor vanuit de wetenschap, zoals deze zich in de afgelopen decennia heeft gemanifesteerd. Ten derde zullen enkele motieven die ten grondslag liggen aan het on-

ondernemerschap onder de loep worden genomen. Ten slotte zal nader worden ingegaan op het begrip etnisch ondernemerschap.

1.3 HET BEGRIP ONDERNEMERSCHAP

De uitwerking van het begrip ondernemerschap vindt haar oorsprong in de economische wetenschap. Tot de jaren twintig van de twintigste eeuw waren economen vooral geïnteresseerd in processen en ontwikkelingen die gericht waren op 'evenwicht' in de markt; factoren die leidden tot verandering van het evenwicht en dynamiek in de markt werden vrijwel verwaarloosd. Het is dan ook niet verwonderlijk dat in de destijds gehanteerde economische theorieën over het gedrag van individuen rationele besluitvorming gericht op evenwichtshandhaving werd benadrukt. Hoewel in het werk van Adam Smith (1776) reeds impliciet werd gewezen op het feit dat gedrag van individuen, naast evenwichtshandhaving ook verandering van de sociaal-culturele omgeving teweeg kan brengen, werd aan dit laatstgenoemde thema door de neo-klassieke economen aanvankelijk nauwelijks aandacht besteed. Het begrip ondernemerschap werd veel meer gezien als een afhankelijke dan als een onafhankelijke variabele.

Mede als gevolg van de depressie in de jaren twintig en dertig kwam er een verandering in het denken. Begrippen als 'verandering', en 'verstoring in het evenwicht' kwamen meer in de belangstelling te staan. Dit proces werd versneld door een aantal ontwikkelingen in de daarop volgende decennia: de snelle economische groei van de westerse landen na de Tweede Wereldoorlog en de stagnatie van economische groei in de zogenaamde derde-wereldlanden.

De grote doorbraak kwam met het verschijnen van het werk van Schumpeter (1934; 1947). Schumpeter was vooral geïnteresseerd in economische groei, hetgeen in zijn ogen overeenkwam met vooruitgang. Zijn belangrijkste stelling was dat voor de verklaring van economische ontwikkelingen moest worden teruggevalen op niet-economische factoren. Deze factoren waren uiteindelijk te herleiden tot keuzen en beslissingen van individuen die opereren in de markt. Schumpeter zag ontwikkeling dat wil zeggen vooruitgang als *the carrying out of new combinations* (Schumpeter, 1949: 66). Het ging in zijn ogen om spontane en discontinue veranderingen die leidden tot structurele wijzigingen van het bestaande evenwicht. De vraag is uiteraard wie of wat daarvoor verantwoordelijk is. Zijn antwoord luidde: de ondernemer en ondernemerschap.

Onder de *carrying out of new combinations* verstond hij ‘ondernemerschap’ en degenen die daarvoor verantwoordelijk waren zag hij als de ‘ondernemers’ of ‘entrepreneurs’. Evenals dat bij zijn collega-wetenschappers het geval was, ging Schumpeter’s aandacht vooral uit naar economische ontwikkelingen in de westerse wereld, in het bijzonder naar de organisatie van technologische productie en de marketing van goederen en diensten. Belangrijke concepten in zijn werk zijn begrippen als ‘innovatie’ en ‘creatieve destructie’, dat wil zeggen het vervangen van oude productie-methoden door nieuwe technieken.

Een belangrijke vraag, die door Schumpeter niet werd beantwoord, bleef echter staan: wie zijn entrepreneurs? Waarin onderscheiden zij zich van anderen? Beschikken zij over bepaalde eigenschappen? Zijn er in een samenleving bepaalde groeperingen die, vergeleken met andere, veel ondernemers omvatten? En is daar een verklaring voor te geven?

Dergelijke vragen overstijgen het gebied van de economische wetenschap en vereisen een andere benadering van het begrip ondernemerschap. Verschillende onderzoekers hebben zich daarop toegelegd. Een nieuwe invalshoek was bijvoorbeeld te vinden in het werk van Usher en Gras die zich in hun onderzoek gingen richten op levensgeschiedenissen van individuele ondernemers en profielbeschrijvingen van ondernemingen (zie: Larson, 1964). Het ging om case-studies, die onder meer gebruikt werden in de opleiding voor studenten bedrijfskunde en bedrijfsgeschiedenis aan de Universiteit van Harvard. De combinatie van deze ontwikkeling met het eerdere werk van Schumpeter resulteerde halverwege de jaren veertig in de oprichting van een eigen onderzoekscentrum aan eerder genoemde universiteit. Ook wetenschappers uit andere disciplines verleenden daaraan een bijdrage. Het gevolg daarvan was dan ook dat de studie van het ondernemerschap niet alleen in toenemende mate een historisch karakter kreeg, maar ook psychologische en sociologische elementen ging omvatten. Interdisciplinair onderzoek werd aangemoedigd, maar het onderzoek richtte zich echter nog steeds op het ondernemerschap in geïndustrialiseerde maatschappijen.

1.4 TOENEMENDE INTERESSE VOOR ONDERZOEK NAAR ONDERNEMERSGEDRAG

Na de Tweede Wereldoorlog wordt echter een kentering zichtbaar: de aandacht verschoof in de richting van psychologische en sociaal-culturele kenmerken van ondernemers. Zo verrichtte Cochran (1964) in de jaren vijftig onderzoek naar ondernemerschap in Puerto Rico en Argentinië ten einde dit te vergelijken met het Ameri-

kaanse systeem. Onderzoekers raakten geïnteresseerd in de wijze waarop ondernemers werden beïnvloed door de samenleving waarin zij leefden en de wijze waarop ondernemers een bijdrage leverden aan de economische groei van die samenleving. Het onderzoeksveld verbreedde zich ook in die zin, dat de aandacht steeds meer uitging naar de studie van ontwikkelingslanden in plaats van geïndustrialiseerde maatschappijen. In de studie naar ontwikkelingen in de derde wereld kregen begrippen als transformatie en modernisering een centrale plaats. Naast ontwikkelingseconomisch onderzoek kwamen historische, psychologische en sociologische benaderingen van de problematiek meer in de belangstelling te staan. De ontwikkeling van nieuwe naties vereiste de aanwezigheid van uit die landen afkomstige, kundige ondernemers en managers. Het onderzoek begon zich dan ook geleidelijk aan te richten op psychologische kenmerken van ondernemers en op de sociale omstandigheden waaronder deze personen op de voorgrond traden (Greenfield e.a., 1979a:10).

In zijn invloedrijke boek *The Achieving Society* probeert McClelland (1961), door middel van een vergelijkend onderzoek na te gaan waarom sommige samenlevingen meer ondernemers voortbrengen dan andere. Hij liet zich daarbij inspireren door het werk van Max Weber (1920). Als gevolg van hun opvoeding zouden sommige individuen volgens hem over bepaalde eigenschappen beschikken die hen op latere leeftijd bij uitstek geschikt zouden maken om ondernemer te worden. Het begrip prestatiedrang staat daarbij centraal.

Vrijwel in dezelfde periode was het de econoom Hagen (1962) die de aandacht verlegde naar de positie van minderheden die in vaak onderontwikkelde samenlevingen woonden en daar in een achterstandssituatie verkeerden. Deze minderheidsgroeperingen, zoals de samurai in Japan, de Joden in verschillende landen en de Perzen in India, bleken, relatief gezien, dikwijls een groot aantal ondernemers te herbergen. De door hen ondervonden discriminatie vanuit de omgeving zou daarmee in verband hebben gestaan. Met deze meer psychologische studies werden nieuwe aspecten rond het ondernemerschap belicht.

Een nieuwe invalshoek was waarneembaar medio de jaren zestig. In deze benadering zagen onderzoekers uit verschillende disciplines het individu als een creatieve beslisser. Zo zag de econoom Glade (1967) het ondernemersgedrag op microniveau als een samenspel van individuen, die beslissingen nemen en keuzen maken binnen een specifieke sociaal-culturele context. Centraal bij ondernemersgedrag stonden voor hem niet de psychologische kenmerken van ondernemers, maar de omstandigheden waaronder besluitvorming plaatsvond. Deze omstandigheden, de zogenaamde *opportunity structure*, werden door Glade beschouwd als een tweede analyseniveau, bepaald door omgevingsfactoren. Veranderende omstandigheden creëren nieuwe mo-

gelijkheden en kansen voor individuen in de maatschappij. Sommigen halen daar voordeel uit en worden succesvolle ondernemers, anderen niet. Deze benadering sloot in feite aan op twee eerder in gang gezette onderzoeksontwikkelingen.

In de eerste plaats betrof dat de studie van Benedict (1968) die onderzoek had verricht naar de rol van de familie-onderneming. Hij beweerde dat een onderneming bestaande uit familieleden een groter beroep kon doen op de loyaliteit van hun leden dan wanneer buitenstaanders in dienst zouden zijn genomen. Hij benadrukte het respect dat familieleden hebben voor de eigenaar als gevolg van verwantschapsbanden. Benedict onderzocht niet een onderneming of een familie op zich, maar richtte de aandacht op de keuzes en beslissingen die individuen maken in het licht van bepaalde waarden, tradities en overtuigingen.

Gebruikmakend van Benedict's ideeën en voortbouwend op de inzichten van Barth (1963; 1966), onderzochten Aubey, Kyle en Strickon (1974) het ondernemers- en investeringsgedrag van Latijns-Amerikaanse elites. Daarmee werd een tweede onderzoeksveld in ontwikkeling gebracht. Zij veronderstelden dat investeren vooral een proces van het verwerven van hulpbronnen was. Er zou sprake zijn van een relatie tussen de economische activiteit van de betrokken ondernemers enerzijds en verwantschapsbanden en sociale relaties van de eigenaren anderzijds. De onderzoekers gingen ervan uit dat de investeerder zoveel mogelijk bronnen mobiliseerde die binnen zijn bereik lagen. Een van de resultaten daarvan was het ontstaan van sociale verbanden, zoals bijvoorbeeld een uitgebreide familieband of een beleggersclub. Kenmerkend voor deze onderzoeksaanpak was ook dat men zich niet richtte op de economische analyse van collectiviteiten, zoals een onderneming of een familiebedrijf, maar op individuen, de onderlinge relaties tussen deze individuen en hun positie binnen een specifieke sociaal-culturele context.

Daarmee zijn we terug bij de eerder genoemde situationele benadering van het ondernemerschap van Glade. Het door hem gehanteerde microniveau is vergelijkbaar met de invalshoek van Benedict, Aubey, Kyle en Strickon.

In het voorgaande is in kort bestek ingegaan op het onderzoek met betrekking tot het begrip ondernemerschap zoals dit tot medio de jaren zeventig is verricht. Sinds Schumpeter's introductie van dit concept zijn in de loop der jaren steeds nieuwe aspecten rond het ondernemerschap onder de aandacht gebracht.

Werd de ondernemer aanvankelijk beschouwd als een geïsoleerde, los van de sociale context opererende innovator, in de loop der jaren werd steeds duidelijker dat juist het mobiliseren en gebruik maken van hulpbronnen en sociale netwerken in de omgeving dikwijls beslissend kan zijn voor het slagen als ondernemer. Ook is het

in dat proces, althans sommige auteurs, opgevallen, dat het ondernemerschap zich bij sommige etnische groepen in verschillende landen sterker openbaarde dan bij andere.

Etnisch ondernemerschap is de afgelopen decennia steeds vaker object van onderzoek geworden. Welke resultaten hebben die studies opgeleverd? Zijn er bepaalde aspecten te onderscheiden die kenmerkend zijn voor het etnisch ondernemerschap? En wat wordt daar eigenlijk onder verstaan? Alvorens op dergelijke vragen in te gaan is het van belang eerst te weten waarom iemand een eigen zaak zou beginnen. Welke motieven liggen er in het algemeen aan het ondernemerschap ten grondslag?

1.5 MOTIEVEN VOOR ONDERNEMERSCHAP

Verscheidene auteurs hebben onderzocht waarom mensen er op een gegeven moment voor kiezen ondernemer te worden. Het blijkt dat factoren op verschillende niveaus daarbij een rol kunnen spelen. Het starten van een eigen bedrijf kan bijvoorbeeld worden gezien als een reactie op werkloosheid (Keeble & Wever, 1986; Van den Tillaart & Reubsat, 1988). Sommige auteurs geven daar een bredere uitleg aan. Zo spreekt Shapero (1984) van de *displacement factor*, waarbij de afnemende sociale zekerheid in het algemeen een rol speelt. Hij maakt een onderscheid tussen enerzijds *displacement with no choice*, ofwel de feitelijke reactie op werkloosheid en anderzijds *displacement with choice*, waaronder hij de ambitie om zelfstandig ondernemer, het streven om veel geld te verdienen en het benutten van de eigen capaciteit verstaat. Ook discriminatie moet in dit verband worden beschouwd als een motief dat kan leiden tot het starten van een eigen bedrijf (Curran, 1980). Overigens hoeven bij het starten van een eigen zaak niet altijd materiële motieven centraal te staan; ook ideologische motieven kunnen een reden zijn om ondernemer te worden (Jansen & Koopman, 1983).

Een tweede bron van motieven is gelegen in sociaal-psychologische verklaringen. Er zouden in dat verband drie modellen kunnen worden onderscheiden, namelijk: het psycho-dynamische model, het sociale ontwikkelingsmodel, en het zogenaamde trait-model. In het psycho-dynamische model wordt ervan uitgegaan dat de start van een kleine onderneming wordt ingegeven door een innerlijke psychologische drang (Kets de Vries, 1977). Dit kan voor sommige ondernemers opgaan, maar kan onmogelijk voor alle kleine ondernemers gelden. In dit model wordt namelijk totaal geen rekening gehouden met externe factoren.

Het sociale ontwikkelingsmodel daarentegen benadrukt de invloed van de externe omgeving op het gedrag. Ondernemerschap wordt hier vrijwel uitsluitend gezien in termen van de omgevingsinvloeden en sociale relaties (Gibb & Ritchie, 1981; 1982). Afhankelijk van de mate van externe beïnvloeding komen zij vervolgens tot een typologie van entrepreneurs. Door de nadruk zo sterk op externe factoren te leggen, wordt met de eigen kennis en inbreng van de entrepreneur in dit model nauwelijks rekening gehouden.

Het trait-model, ten slotte, gaat uit van de veronderstelling dat ondernemers zich van andere individuen onderscheiden op grond van bepaalde, kenmerkende eigenschappen. Te denken valt aan de wens om zelfstandig te zijn of de drang om vrij te zijn. Ook dit model is niet overtuigend, aangezien bijvoorbeeld ook hier geen rekening wordt gehouden met omgevingsfactoren (Chell, 1985).

Een derde motief dat ten grondslag kan liggen aan het starten van een eigen bedrijf heeft betrekking op de zogenaamde *credibility of resources*. Dit gegeven is onder meer terug te voeren op de ideeën van Sowell (1981) die een verband legt tussen de culturele achtergrond van migrantengroepen en de realisering van maatschappelijke kansen. Verondersteld wordt dat de keuze om een bepaalde weg in te slaan samenhangt met een bepaalde culturele achtergrond. Zo zouden Joden in Amerika hun positie verbeteren via het onderwijs en Aziaten via het ondernemerschap. Hoewel er van verschillende kanten kritiek is geleverd op deze visie (o.a. door Wong & Hirschmann, 1983) is deze benadering in die zin van betekenis, dat het de onderzoeker dwingt om rekening te houden met de culturele achtergrond van een groepering. Is er sprake van een familietraditie met betrekking tot het ondernemerschap? Hoe belangrijk is de sociale status die men ontleent aan een eigen bedrijf? Met andere woorden, wanneer het ondernemerschap binnen de familie van oudsher een belangrijke rol speelt, kan dit mede een motief zijn om een eigen zaak te beginnen.

Eerder werd erop gewezen dat het ondernemerschap kan worden gezien als een reactie op werkloosheid of op discriminatie. In het algemeen gaat het dan om verschijnselen die de totale samenleving raken. Daarnaast kunnen zich op een wat lager analyiseniveau ontwikkelingen voordoen die van invloed kunnen zijn op het al dan niet starten van een eigen onderneming. Op lokaal of regionaal niveau kan het ondernemerschap worden gestimuleerd of belemmerd. Daarbij valt bijvoorbeeld te denken aan startsubsidies, belastingvoordelen, management-ondersteuning of de aanwezigheid van een geschikte bedrijfslokatie (Keeble & Wever, 1986; Van den Tillaart & Reubsat, 1988). Daarmee is een vierde bron van motieven voor het ondernemerschap aangegeven. Het hanteren van dergelijke instrumenten ter stimule-

ring van het ondernemerschap is overigens niet louter een hedendaags verschijnsel. Reeds tijdens de 80-jarige Oorlog was daarvan sprake (Ellemers, 1987).

Men zou zich verder nog kunnen afvragen in hoeverre potentiële ondernemers zich laten leiden door de marktvraag. Het lijkt immers nogal voor de hand te liggen om juist in die branche een onderneming te starten waar sprake is van een behoefte bij de consument. In de praktijk gebeurt dat ook, zoals bijvoorbeeld blijkt uit de groei van het aantal zonnebankstudio's en fitness-studio's, maar ook uit het ontstaan van Islamitische slagerijen of Turkse textielbedrijfjes. Dergelijke ondernemersactiviteiten spelen in op nieuwe trends, zowel bij de consument als bij grote bedrijven, die steeds meer werk uitbesteden aan kleine ondernemers. Ook deze ontwikkelingen bieden mogelijkheden voor startende ondernemers. Belangrijk is uiteraard om dergelijke trends te zien aankomen en er tijdig op in te spelen. Ook komt het voor dat een potentiële ondernemer een bepaalde 'niche' ontdekt en zich concentreert op een dergelijk gat in de markt.

Tegelijkertijd wordt er door een aantal auteurs op gewezen dat de vraag vanuit de markt voor de potentiële ondernemer een ondergeschikte rol speelt (Wever, 1984; Mayer, 1987). Veelal begint men met een eigen zaak in een sector waarin men reeds ervaring heeft opgedaan (Goffee & Scase, 1987). Zo blijken vrouwen niet zelden te kiezen voor de start van een boetiek, een kapperszaak of een schoonheidssalon. In het voorgaande is ingegaan op een aantal motieven dat ten grondslag kan liggen aan de start van een eigen zaak. In feite gaan deze beweegredenen en omstandigheden op voor alle potentiële ondernemers, ook wanneer het gaat om migranten. Natuurlijk zijn er onderlinge verschillen waarneembaar. Zo bleek uit een onderzoek van Van den Tillaart & Reubsat (1988) naar de motieven om een eigen zaak te beginnen bij Italiaanse, Surinaamse en Turkse ondernemers dat voor ongeveer 50 procent van de Turkse en Surinaamse ondernemers werkloosheid de belangrijkste beweegreden was. Voor de Italiaanse en autochtone ondernemers lag dat met ongeveer 25 procent een stuk lager. De drijfveer om eigen baas te zijn gold voor alle drie de groepen in vrijwel gelijke mate.

Ook de achtergrond van de migranten speelt een rol. Waarom kwamen zij naar Nederland? De belangrijkste reden van hun komst was dikwijls niet om een eigen bedrijf in Nederland op te zetten. Zo kwamen de Turkse migranten, in tegenstelling tot bijvoorbeeld de Italianen, niet primair naar Nederland om een eigen onderneming te starten, maar om als 'gastarbeider' in dienst te treden bij vaak grote bedrijven. Het ondernemerschap kan dus voor bepaalde migrantengroeperingen worden beschouwd als een tweede keus (Gowricharn, 1985).

De vraag die zich nu opdringt is dan ook: als de tot dusverre genoemde motieven voor alle ondernemers gelden, waarin onderscheiden etnische ondernemers zich dan van autochtone ondernemers?

1.6 ETNISCH ONDERNEMERSCHAP: ZES BENADERINGEN

Sinds het eind van de jaren zeventig is er sprake van een toenemende wetenschappelijke interesse voor het etnisch ondernemerschap. Het blijkt dat de drang om zelfstandig ondernemer te worden bij veel migranten sterk aanwezig is. Voorbeelden van dergelijke migrantengroeperingen zijn: Joden in Spanje, Duitsland, de Verenigde Staten van Amerika en Polen, Chinezen in Indonesië, Singapore en Thailand, Indiërs en Libanezen in Afrika, en Japanners in Brazilië (Bonacich en Modell, 1980). In totaal zijn er wel meer dan 50 van dergelijke voorbeelden te vinden.

Enkele relativerende opmerkingen zijn daarbij wel op hun plaats. Allereerst moet het aantal etnische ondernemers, afgezet tegen de in een bepaald land aanwezige migrantenpopulatie, niet overdreven worden (vgl. Curran e.a., 1987:173). Sommige migrantengroeperingen tellen naar verhouding beduidend minder ondernemers dan de autochtone bevolking (Boissevain & Grotenbreg, 1987). Zo is uit onderzoek gebleken dat 10% van de autochtone Nederlandse beroepsbevolking eigen ondernemer is, terwijl dat aandeel bijvoorbeeld voor de Surinaamse beroepsbeoefenaren nog geen 3% is en bij de Turkse migranten 5 à 6 procent bedraagt. In de tweede plaats is het zo dat het ondernemerschap niet onder alle migrantengroeperingen even populair is. Zo is er bij de Molukse bevolkingsgroep in Nederland nauwelijks sprake van een ondernemerscultuur (Veenman, 1985).

In de literatuur over etnisch ondernemerschap zijn verschillende invalshoeken gangbaar. De eerste benadering, *the economic opportunity model* (Jenkins, 1984), gaat ervan uit dat er eigenlijk geen verschil is tussen ondernemersactiviteiten van een etnische groepering enerzijds en die van andere ondernemers anderzijds. Leden van een etnische groepering ontdekken een bepaalde (etnische) niche en springen daarop in. In feite komt dit model overeen met de eerder genoemde *opportunity structure* van Glade (1967). Ook Ward (1987) wijst op het belang van deze *opportunity structure* voor het ontstaan van etnisch ondernemerschap. Deze omvat de sociale, de economische en de politieke voorwaarden, die mogelijkheden creëren voor startende ondernemers. Die mogelijkheden verschillen per locatie of regio en veranderen in de tijd. Zo kunnen deze beïnvloed worden door nieuwe bestemmingsplannen of de verande-

rende samenstelling van de bevolking in een bepaalde regio. De groei van het aantal Turkse confectiebedrijven kan bijvoorbeeld worden gezien als een reactie op nieuwe marktstrategieën van de grootwinkelbedrijven in deze sector. Als gevolg van de snel wisselende consumentenvraag wordt een groot deel van de textielproductie onder meer aan deze kleine etnische ondernemers uitbesteed. Het werk wordt vervolgens weer verdeeld onder een groot aantal toeleveranciers, die in deze keten van bedrijfjes een steeds afhankelijker positie innemen. Hoe kwetsbaar de positie van deze kleine ondernemers is, blijkt bijvoorbeeld uit het feit dat bepaalde overheidsmaatregelen grote gevolgen kunnen hebben voor de continuïteit van de werkgelegenheid ter plekke. Zo kan een strengere overheidscontrole op illegaal ondernemerschap er toe leiden dat de activiteiten in een bepaalde regio in korte tijd worden verplaatst naar het buitenland.

Waldinger e.a. (1985) hebben eveneens oog voor deze *opportunity structure*. Het door hen beschreven 'interactieve model' komt daarmee in grote lijnen overeen. Zij stellen dat etnische ondernemers hun informele bronnen zullen aanboren op het moment, waarop de economische omstandigheden daartoe mogelijkheden bieden. Ook andere auteurs onderstrepen het belang van de externe omgeving voor het ontstaan van etnisch ondernemerschap (vgl. Aldrich e.a., 1981; Mars & Ward, 1984; Boissevain 1984).

De betekenis van deze externe omgeving wordt door een aantal auteurs benadrukt door te wijzen op de relatie tussen etnisch ondernemerschap en het ontstaan van een etnische infrastructuur. Daarmee kan een tweede benadering worden onderscheiden. Zo wordt in het ecologische model van Waldinger e.a. (1985) verondersteld dat de opkomst van kleine etnische ondernemers gezien moet worden in het licht van bepaalde stedelijke ontwikkelingen. Over het ontstaan van een dergelijke etnische infrastructuur is in Amerika reeds in het begin van deze eeuw geschreven (zie bijvoorbeeld Burgess, 1926; Duncan & Duncan, 1955).

In stadswijken waar zich omvangrijke groeperingen migranten vestigen, komt een eigen etnische middenstand op. Bovenkerk e.a. (1983) hebben er al vroeg op gewezen dat dergelijke ontwikkelingen zich ook in Nederland voordoen. In grote steden als Amsterdam, Utrecht en Rotterdam zijn daarvan heden ten dage voldoende voorbeelden te vinden. Ook elders zijn voorbeelden te vinden van dergelijke ontwikkelingen. Zo hebben verschillende onderzoekers de invloed van stedelijke concentratie op de assimilatie van migrantengroeperingen onderzocht (Lieberson, 1960; Peach, 1975).

Een derde benadering van het etnisch ondernemerschap benadrukt het belang van de sociaal-culturele achtergrond van de etnische groep. Het economisch succes van migranten zou in deze optiek vooral zijn terug te voeren op bepaalde eigenschappen en vaardigheden waarover men als groep beschikt. Jenkins (1984) en Waldinger e.a. (1985) noemen dit het culturele model, waarin wordt verondersteld dat sommige migrantengroeperingen bepaalde culturele talenten hebben ontplooid die van cruciale betekenis kunnen zijn voor het succesvol opereren als ondernemer. Ook Light (1972) wijst op het belang van dergelijke cultuurgebonden eigenschappen, die de drang tot ondernemerschap kunnen stimuleren. Deze hulpbronnen kunnen worden gezien als sociaal-culturele kenmerken van de etnische groep die door personen uit die groep met een eigen bedrijf bewust worden aangewend bij het zaken doen of waarvan zij onbewust voordeel hebben (Light & Bonacich, 1987). Deze hulpbronnen zijn niet alleen kenmerkend voor de individuen, maar voor de gehele etnische groep. Culturele talenten, reactieve solidariteit en een oriëntatie op een tijdelijk verblijf zijn daar voorbeelden van. Stimulering van het etnisch ondernemerschap zou ondermeer plaatsvinden door middel van wederzijdse hulpverlening bij het zaken doen, onderlinge deskundigheidsbevordering, lange werktijden en tevreden zijn met een kleine beloning (Boissevain e.a., 1989; Waldinger e.a., 1985).

Solidariteit blijkt daarbij een belangrijke rol te spelen (Bonacich & Modell, 1980). Portes en Zhou (1991) benadrukken in dat verband de sterke groepscohesie onder de Chinese migranten die als fundament dient voor maatschappelijke stijging. Deze onderlinge binding is op haar beurt weer gebaseerd op '*bounded solidarity*' *enforceable trust*'. Met het eerste wordt bedoeld dat Chinese migranten niet alleen investeren en werken binnen de eigen groep, maar ook bij de eigen groep kopen. *Enforceable trust* duidt op het fenomeen dat buitenstaanders geen toegang krijgen tot de Chinese gemeenschap en dus ook niet van de voordelen daarvan kunnen profiteren.

Bovenkerk (1983) hanteert in dit verband de term etnische loyaliteit: etnische ondernemers zouden bij het runnen van hun bedrijf meer rekening houden met eigenschappen als morele verplichting, vertrouwen en vertrouwdheid dan met rationele overwegingen. In zijn onderzoek naar Italiaanse kleine zelfstandigen trof hij diverse samenwerkingsverbanden en vormen van loyaliteit op basis van etnische grondslag aan. Ook Watson (1979) heeft erop gewezen dat verwantschaps- en familiebanden altijd een rol spelen binnen de arbeidsverhoudingen.

Veel aandacht is in de loop der jaren ook besteed aan strategieën van ondernemerschap. In Nederland is het vooral Boissevain (1984b; 1989) geweest die uitvoerig op dit thema van etnisch ondernemerschap is ingegaan. In deze vierde invalshoek

staat centraal dat etnische ondernemers, naast de hulpbronnen, gebruik maken van specifieke strategieën.

Deze strategieën hebben een collectief karakter. Dit uit zich bijvoorbeeld in de kanalisering van het handelsverkeer in een bepaalde richting: etnische groeperingen kunnen aldus nieuwe, specifieke markten ontdekken. Aangezien de hulpbronnen beschikbaar zijn voor de gehele groep kiezen individuele ondernemers veelal ook voor gelijksoortige strategieën. Zo is in het kader van de informatievoorziening het kunnen beschikken over persoonlijke netwerken van groot belang. Andere specifieke strategieën richten zich op het genereren van bedrijfsvermogen door middel van het roulerend krediet, het creëren van arbeidsplaatsen voor verwanten, de omgang met klanten binnen en buiten de eigen groep of het reguleren van concurrentie, bijvoorbeeld door het oprichten van handelsverenigingen.

Ook het treffen van maatregelen ter bescherming van de eigen ondernemersactiviteiten vereist specifieke strategieën. Volgens Boissevain e.a. (1989) zijn dergelijke strategieën om verschillende redenen noodzakelijk. In de eerste plaats stellen deze strategieën de etnische ondernemer in staat de eigen hulpbronnen te exploiteren. Ten tweede wordt op die manier compensatie gevonden voor typische tekorten van de etnische groep, zoals het ontbreken van politieke macht. In de derde plaats kunnen op deze wijze bepaalde obstakels omzeild worden; zo hoeft men bijvoorbeeld voor het lenen van kapitaal geen beroep te doen op de hulp van een bank of een financieringsmaatschappij. Deze specifieke hulpbronnen en strategieën, waarover autochtone ondernemers niet beschikken, kunnen etnische ondernemers vaak bepaalde voordelen bieden bij het zaken doen (Jones & McEnvoy, 1986).

Het onderzoek naar dergelijke factoren heeft in de loop der jaren zonder twijfel meer inzicht geboden in bepaalde mechanismen rond het etnisch ondernemerschap. De vraag is echter ook hoe het gebruik maken van etnische hulpbronnen en strategieën zich verhoudt tot de achterliggende factoren die daarbij een rol spelen. Zo vraagt Ellemers (1990) zich terecht af of het succes van bepaalde migrantengroepen uitsluitend bereikt kan worden via een carrière van kleine ondernemer. Is het niet aannemelijker te veronderstellen dat het ondernemerschap één uitingsvorm is van het algemener streven naar maatschappelijke stijging en dat daarnaast andere wegen open staan? Het blijkt immers dat verschillende migrantengroeperingen na één of enkele generaties een hogere maatschappelijke positie hebben bereikt dan andere groeperingen. Daarbij kan succesvol ondernemerschap als een stap in de eerste fase van dat proces worden beschouwd. De specifieke situatie waarin een migrantengroepering verkeert, kan ertoe leiden dat bepaalde, cultuurgebonden groepskenmer-

ken, zoals bijvoorbeeld prestatiedrang, zich duidelijker gaan manifesteren (Ellemers, 1990).

Naast de vier hierboven onderscheiden benaderingen, waarbij of de invloed van externe factoren centraal staat, of een relatie wordt gelegd tussen het ontstaan van een etnische infrastructuur en de opkomst van etnisch ondernemerschap, of de nadruk vooral wordt gelegd op sociaal-culturele kenmerken, dan wel het gebruik van specifieke strategieën, wordt nog een vijfde invalshoek gehanteerd. Deze ziet het ontstaan van etnisch ondernemerschap als een overlevingsstrategie in een racistische samenleving (Jenkins, 1984). De start van een onderneming wordt gezien als een reactie op werkloosheid en discriminatie. Light (1972) wijst erop dat er een verband bestaat tussen groeiende werkloosheid en een toename van het zelfstandig ondernemerschap. Het aantal werkloze immigranten in Nederland, maar ook in andere landen, is relatief gezien omvangrijk. Veelal wordt deze werkloosheid in verband gebracht met discriminatie vanuit de ontvangende samenleving. Zo konden Japanse en Chinese immigranten in Amerika in de eerste helft van de 20ste eeuw, als gevolg van speciaal daartoe aangenomen wetten, niet in aanmerking komen voor bepaalde functies (vergelijk Bonacich & Modell, 1980; Kitano & Daniels, 1988). Het gevolg daarvan was dat velen van hen hun heil zochten in het eigen ondernemerschap.

In het verlengde van deze benadering wordt ook wel gesproken van een reactie op de geblokkeerde promotie (Bovenkerk e.a., 1983). Zo bleek uit onderzoek van Aldrich (1980) dat goed opgeleide Aziatische werknemers in Engeland nauwelijks in aanmerking kwamen voor hogere functies, die in overeenstemming waren met hun opleiding en beroepservaring. Voor hen was dat een reden om een eigen zaak te beginnen.

Als zesde – en voorlopig laatste benadering – kan gewezen worden op de theorie van de oorspronkelijke ondernemersemigratie. Bovenkerk e.a. (1983) beschrijven hoe dit proces zich in Nederland heeft voltrokken voor de Italiaanse ijsbereiders en beeldenmakers. Deze vorm van migratie wordt wel aangeduid met de term *kettingmigratie* en leidt op termijn tot het ontstaan van een handelsminderheid of *trading minority*. Op bepaalde plaatsen ontstaan kleine concentraties migranten, die meestal uit één dorp of uit de nabij gelegen omgeving afkomstig zijn. Vaak worden zij gekenmerkt door een bepaalde, streekgebonden traditie en door het in ere houden van de grootfamilie. Price (1963) vond dergelijke kenmerken bij Zuid-Europese emigranten die zich vóór de tweede Wereldoorlog in Australië hadden gevestigd. Watson (1979) beschrijft hoe Chinese migranten uit bepaalde dorpen van de New Terri-

tories in de loop der jaren naar Groot-Brittannië zijn vertrokken om daar een bestaan op te bouwen in de horecasector. Het blijkt dat soms bijna 90% van de mannelijke beroepsbevolking van een bepaald dorp uit het land van herkomst in Groot-Brittannië werkzaam is. Na aanvankelijk als werknemer in een Chinees restaurant gewerkt te hebben, wordt de stap genomen naar het zelfstandig ondernemerschap. In bepaalde plaatsen zijn concentraties van Chinese horeca-ondernemers te vinden, zoals bijvoorbeeld in Liverpool of het Londense Soho, maar het merendeel verspreidt zich na verloop van tijd over een groot aantal steden. In de afgelopen jaren is er bijvoorbeeld een groei van het aantal Chinese restaurants in Schotland te zien geweest (Watson, 1979:181).

1.7 EEN AANZET TOT BEGRIPSVORMING: WAT IS ETNISCH ONDERNEMERSCHAP?

Tot nog toe is het begrip etnisch ondernemerschap geregeld gehanteerd, terwijl er eigenlijk nog geen poging is ondernomen het begrip te omschrijven. Impliciet is er tot dusverre van uitgegaan, dat men zich bij het begrip etnisch ondernemer wel iets kan voorstellen. In de bestaande literatuur wordt het concept dan ook veelal zonder nadere toelichting gebruikt (Larsen, 1995; Rath & Kloosterman, 1997).

De verkoop van een bepaald product kan soms bijna als vanzelfsprekend in verband worden gebracht met een bepaalde migrantengroepering. Zo worden Vietnamese loempia's verkocht door migranten uit Vietnam en wordt Italiaans ijs bereid door Italianen. Het feit dat deze relaties schijnbaar zo eenvoudig te leggen zijn, kan de indruk wekken, dat het niet moeilijk moet zijn een omschrijving te geven van het begrip etnisch ondernemerschap. Dat valt bij nader inzien echter niet mee. Wie bijvoorbeeld denkt dat alle pizzeria's in handen zijn van Italianen en alle Japanse restaurants een Japanse eigenaar kennen, komt bedrogen uit.

Voorts zou men zich kunnen afvragen wat bedoeld wordt met de term etnisch. Slaat dat op alle in Nederland actieve buitenlandse ondernemers, onder wie ook bijvoorbeeld Franse en Engelse? Of gaat het om die allochtone ondernemers die vallen binnen het minderhedenbeleid van de overheid?

Uit het onderzoek van Setzpfand e.a. (1993) blijkt dat er in 1992 bijna 19.000 etnische ondernemers in Nederland waren. Uit deze studie komt ook naar voren dat er in een periode van vijf jaar sprake is geweest van een toename van het aantal etnische ondernemers. Bovendien blijkt dat de groei van het aandeel etnische ondernemers relatief sterker is geweest dan die van autochtone Nederlandse ondernemers.

Hoewel er wordt gesproken over etnische ondernemers, wordt ook in deze studie niet omschreven wat daaronder wordt verstaan.

Wellicht kan aan de hand van de in § 1.6 beschreven invalshoeken beter begrepen worden wat er onder het begrip etnisch ondernemerschap moet worden verstaan. In de eerste invalshoek werd gewezen op de zogenaamde *opportunity structure* als verklaring voor het ontstaan van etnisch ondernemerschap. Hoewel er door migranten specifieke niches kunnen worden ontdekt, zoals Islamitische slagerijen of Italiaanse ijssalons, gaat deze benadering echter ook op voor autochtone Nederlandse ondernemers.

De tweede benadering richtte zich op de aanwezigheid van een etnische infrastructuur. De opkomst van etnisch ondernemerschap moet dan worden gezien in het licht van een bepaalde stedelijke ontwikkeling. Het verschijnsel op zich, dat wil zeggen de relatie tussen de concentratie van ondernemers en de aanwezigheid van een infrastructuur, doet zich echter niet exclusief voor bij etnische ondernemers. In het kader van stadsvernieuwing kunnen ook autochtone Nederlandse ondernemers zich concentreren op een bepaalde locatie. Een geheel andere vraag is uiteraard welke oorzaken er ten grondslag liggen aan het ontstaan van een bepaalde infrastructuur en wat de aard is van het ondernemerschap. Die factoren zijn in dit verband echter niet relevant.

Een derde benadering legde de nadruk op het belang van de sociaal-culturele achtergrond van een etnische groep. Daarvoor zijn bij verschillende migrantengroeperingen inderdaad voldoende aanwijzingen te vinden. Daar staat echter tegenover dat ook het westers ondernemerschap zich onderscheidt door bepaalde sociaal-culturele kenmerken. Weber (1969) wees er aan het begin van de twintigste eeuw reeds op dat er een verband kon worden gelegd tussen de Protestantse ethiek en het ontstaan van ondernemerschap. Eigenschappen als spaarzaamheid en hard werken werden in dat verband als belangrijke voorwaarden gezien voor het succesvol ondernemen.

Waar bij etnische ondernemers eigenschappen als morele verplichting, loyaliteit en wederzijds vertrouwen een belangrijke rol spelen, stelt het westers ondernemerschap ondernemingsplannen, schriftelijke contracten en kosten/baten analyses centraal. Met andere woorden: de aanwezigheid van sociaal-culturele kenmerken op zich is niet kenmerkend voor het etnisch ondernemerschap. Wel kan worden gesteld dat er in een aantal opzichten sprake is van bepaalde, specifieke sociaal-culturele kenmerken, waardoor de etnische ondernemer zich onderscheidt van de autochtone Nederlandse ondernemer.

Hetzelfde geldt in feite voor het gebruik van bepaalde strategieën. Etnische ondernemers maken daarvan gebruik, maar dat geldt ook voor autochtone Nederlandse ondernemers en vermoedelijk zelfs in sterkere mate. Voorbeelden daarvan zijn het gebruik maken van bepaalde belastingconstructies en kartelvorming ter bescherming van een bepaalde branche. Ook hier geldt dus dat er sprake moet zijn van specifieke strategieën, waardoor het etnisch ondernemerschap zich onderscheidt.

Een vijfde benadering betrof het ontstaan van etnisch ondernemerschap als reactie op werkloosheid. Ook autochtone Nederlanders zien in een dergelijke situatie echter in het ondernemerschap een mogelijkheid om weer aan de slag te komen. Wel moet worden opgemerkt dat er in de afgelopen decennia naar verhouding veel meer allochtonen werkloos zijn geweest en al dan niet aantoonbare discriminatie hebben ervaren dan autochtone Nederlanders. Verondersteld mag dan ook worden dat migranten die zich in een dergelijke positie bevinden relatief eerder voor het ondernemerschap kiezen.

Ten slotte werd als zesde benadering gewezen op de theorie van de oorspronkelijke ondernemersemigratie. Deze vorm van migratie kan inderdaad worden beschouwd als een proces dat specifiek in verband kan worden gebracht met de ontwikkeling van etnisch ondernemerschap. Wel moet worden geconstateerd dat dit proces zich in Nederland tot dusverre slechts bij enkele migrantengroeperingen heeft voorgedaan. Ook andere wegen kunnen leiden tot het etnisch ondernemerschap, zoals bijvoorbeeld het geval is bij de Turkse ondernemers die aanvankelijk als 'gastarbeider' naar Nederland kwamen en pas in tweede instantie eigen ondernemer werden. Met andere woorden, de theorie van de oorspronkelijke ondernemersemigratie is geen onderscheidend kenmerk voor het etnisch ondernemerschap in het algemeen.

Op grond van het voorgaande kan worden gesteld dat de genoemde benaderingen, wellicht met uitzondering van de theorie van de oorspronkelijke ondernemersemigratie, die voor sommige migrantengroeperingen kenmerkend is, op zich geen exclusieve handvatten bieden om het etnisch ondernemerschap te benoemen. Zeker waar het de rol van omgevingsvariabelen betreft, gaat het meer om het aangeven van algemene maatschappelijke ontwikkelingen waarbinnen de kans op het etnisch ondernemerschap toeneemt dan dat het gaat om condities die uitsluitend het etnisch ondernemerschap bevorderen. Wel zouden in een aantal gevallen sociaal-culturele en strategische kenmerken onderscheiden kunnen worden die min of meer specifiek zijn voor het etnisch ondernemerschap of althans waarneembaar zijn bij etnische ondernemers behorend tot verschillende migrantengroeperingen. Hoewel deze benaderingen dus wel een zekere aanwijzing kunnen bieden om het karakter van het et-

nisch ondernemerschap te duiden, blijft het niettemin lastig om tot een duidelijke typering daarvan te komen.

Zouden andere criteria meer inzicht kunnen bieden? Er zou bijvoorbeeld gekeken kunnen worden naar de aard van het product. Anders gezegd: kenmerkt etnisch ondernemerschap zich door het feit dat etnische ondernemers uitheemse producten aanbieden, zoals de verkoop van pizza's door Italianen of Oosters eten door Chinezen? Deze veronderstelling oogt op het eerste gezicht aantrekkelijk, maar lijkt bij nader inzien geen perspectief te bieden. Etnische ondernemers zijn immers ook op andere markten actief, zoals blijkt uit de vele textielbedrijfjes die in handen zijn van Turkse ondernemers of het bestaan van Chinese videotheken en Surinaamse juweliers.

Een mogelijk criterium zou het onderscheid in eerste en tweede generatie migranten kunnen zijn. Wie als migrant in Nederland komt om een eigen bedrijf op te zetten, zou dan als etnisch ondernemer kunnen worden gekarakteriseerd, terwijl dat voor een tweede generatie migrant die een zaak opent niet meer zou gelden. De gedachte daarachter zou dan zijn dat een lid van de tweede generatie reeds zodanig ingeburgerd zou zijn, dat de betrokkene als een autochtone ondernemer zou kunnen worden beschouwd. Een dergelijk onderscheid lijkt echter lastig door te voeren. Veel leden van de tweede generatie zien zichzelf immers nog steeds als migrant, terwijl er anderzijds ook migranten van de eerste generatie zijn, die zich, soms vrijwel volledig, als Nederlander beschouwen. Voorbeelden daarvan zijn te vinden onder de Indische Nederlanders.

Choenni (1997) maakt een onderscheid tussen allochtoon ondernemerschap, etnisch ondernemerschap en regulier ondernemerschap. Hij gebruikt de term 'allochtoon ondernemerschap' om het ondernemerschap van migranten in het algemeen aan te duiden, terwijl van etnisch ondernemerschap gesproken kan worden als dit gekenmerkt wordt door karakteristieke eigenschappen. Dit laatste zou het geval zijn indien het product, de klantenkring, de financiering, het personeel, de bedrijfsvoering of de vestigingslocatie zijn te herleiden tot de achtergrond van de migrant of te maken hebben met het migrant-zijn. Van etnisch ondernemerschap zou dan gesproken kunnen worden als twee of meer van deze karakteristieke eigenschappen zich in de praktijk voordoen (Choenni, 1997:24). De vraag is echter wat de meerwaarde is van de term 'allochtoon ondernemer' als deze zich, afgezien van de afkomst, in geen enkel opzicht van een autochtone hoeft te onderscheiden. Bovendien blijft het, zoals uit het voorgaande betoog duidelijk moge zijn geworden, uiterst lastig om aan te geven waarin regulier ondernemerschap zich specifiek onderscheidt van etnisch onder-

nemerschap. Zo is het product, ook al is dit te herleiden tot de achtergrond van de migrant, geen onderscheidend kenmerk.

Is het gezien het voorgaande eigenlijk wel mogelijk om tot een acceptabele omschrijving van het etnisch ondernemerschap te komen? Hoewel lastig is het niet onmogelijk om althans enig inzicht te bieden in de aard van het etnisch ondernemerschap. In het verleden heeft Bovenkerk (1983) reeds een aanzet gegeven om het begrip te karakteriseren aan de hand van een typologie van het etnisch ondernemerschap. Afgezien van het feit dat de etnisch ondernemer de migrantenstatus heeft, onderscheidt Bovenkerk de volgende kenmerken met betrekking tot het etnisch bedrijf:

1. het etnisch bedrijf wordt vrijwel altijd aangetroffen in de sfeer van ambacht en handel;
2. in het algemeen ontwikkelt het etnisch bedrijf zich aanvankelijk voor een belangrijk deel in de zogenaamde informele sector van de economie, dat wil zeggen dat er weinig of geen reglementering is door de overheid en de activiteiten niet officieel geregistreerd worden;
3. het etnisch bedrijf is aanvankelijk altijd weinig kapitaalintensief;
4. etnische bedrijven beginnen altijd als familie-ondernemingen;
5. etnische ondernemers baseren hun economische activiteit op enige vorm van etnische loyaliteit;
6. het economisch handelen van de migrant is gedeeltelijk gericht op het land van herkomst; er is sprake van een dubbele oriëntatie: enerzijds gericht op het land van herkomst, anderzijds op de nieuwe samenleving.

Door het aangeven van deze kenmerken waaraan etnisch ondernemerschap moet voldoen, kan een onderscheid worden gemaakt tussen dit type ondernemerschap en autochtone ondernemers. Wel zouden de genoemde kenmerken enigszins kunnen worden aangevuld. Over bepaalde criteria kan namelijk van mening worden verschillend en bovendien veranderen bepaalde kenmerken in de loop der tijd.

In hoeverre kunnen de indertijd door Bovenkerk (1983) genoemde kenmerken geacht worden van toepassing te zijn op het hedendaagse etnisch ondernemerschap? Hij stelt terecht vast dat de sectoren landbouw, veeteelt en industrie geen ruimte meer laten voor het etnisch ondernemerschap. Etnisch ondernemerschap wordt dan ook vooral aangetroffen op het terrein van ambacht en handel. Wel zou daaraan kunnen worden toegevoegd dat het etnisch ondernemerschap zich in het afgelopen

decennium ook heeft uitgebreid naar de dienstverlenende sector. Te denken valt aan boekhouders en juridisch adviseurs uit eigen kring die in dat segment actief zijn.

Dat het etnisch bedrijf zich aanvankelijk in het algemeen voor een belangrijk deel ontwikkelt in de zogenaamde informele sector is gedeeltelijk waar. Dit geldt echter niet voor het merendeel van de etnische ondernemers. Bovendien is het de vraag of er in deze fase, waarin personen vaak in hun vrije tijd, naast hun reguliere baan of hun huishoudelijk werk, producten aan de man proberen te brengen, reeds gesproken kan worden van ondernemerschap, waarbij bewust risico's worden genomen.

Of het etnisch bedrijf aanvankelijk altijd weinig kapitaalintensief is, is eveneens de vraag. Vanuit het perspectief van de startende ondernemer die vaak eerst enkele jaren moet sparen om bijvoorbeeld een eetgelegenheden te kunnen beginnen, kunnen daarbij de nodige vraagtekens worden geplaatst. Bovendien geldt ook voor veel startende autochtone ondernemers dat men met een bescheiden bedrag een zaak kan beginnen. Dit geldt bijvoorbeeld voor organisatie-adviseurs, consultants en trainers die met een relatief geringe investering in een telefoon en een faxapparaat van start kunnen gaan.

Of etnische bedrijven altijd als familie-ondernemingen beginnen, is niet met absolute zekerheid te zeggen. Wel is dat in de meeste gevallen waarneembaar. Het begrip familie moet in dit verband overigens breed worden opgevat; het gaat om het gehele netwerk van verwanten.

Ten slotte spelen bij het etnisch ondernemerschap begrippen als etnische loyaliteit en gerichtheid op het thuisland een rol. Men zou dan ook kunnen stellen, dat het etnisch ondernemerschap zich mede kenmerkt door de aanwezigheid van specifieke sociaal-culturele eigenschappen.

Het blijkt dus dat de meeste van de indertijd door Bovenkerk genoemde criteria tegenwoordig nog steeds van toepassing kunnen worden verklaard op het begrip etnisch ondernemerschap, zij het dat in bepaalde opzichten enige aanvulling op zijn plaats is. Over enkele door hem genoemde eigenschappen kan van mening worden verschild, waarbij het vooral een kwestie van smaak of invalshoek is, wat bepaalt of de vermelde eigenschap al dan niet kenmerkend is voor het etnisch ondernemerschap.

Ook het karakteriseren van etnisch ondernemerschap door middel van een typologie is dus een moeilijke aangelegenheid. Op de vraag 'Wat is etnisch ondernemerschap?' kan dan ook zeer waarschijnlijk geen geheel bevredigend antwoord worden gegeven. Niettemin blijkt er bij personen, behorend tot bepaalde migrantengroeperingen, sprake te zijn van een opmerkelijke ondernemingslust. Het zou tamelijk onbevredigend zijn dat verschijnsel impliciet te laten.

In een poging enige greep te krijgen op dit begrip zou de hierna volgende typologie, die in de kern is gebaseerd op de eerder door Bovenkerk (1983) genoemde kenmerken, als leidraad kunnen dienen bij de verdere behandeling van dit onderwerp.

1. Etnische ondernemers bezitten de migrantenstatus; centraal staat daarbij het sociologisch criterium of men zichzelf ook als zodanig beschouwt. Ook leden van bijvoorbeeld de tweede generatie kunnen in voorkomende gevallen dus als etnisch ondernemer worden gekarakteriseerd;
2. het etnisch bedrijf wordt vrijwel altijd aangetroffen in de sfeer van ambacht, handel en dienstverlening;
3. het etnisch bedrijf start aanvankelijk bijna altijd als familie-onderneming;
4. etnische ondernemers kenmerken zich door het feit dat men aanvankelijk minder kansrijk is op de reguliere arbeidsmarkt. Men heeft minder of geen alternatieven waaruit een keuze kan worden gemaakt. Dat kan het gevolg zijn van een lagere opleiding, het gemis aan bepaalde vaardigheden, een onvoldoende beheersing van de Nederlandse taal of een combinatie van deze aspecten;
5. men staat als etnisch ondernemer ingeschreven in het handelsregister van de Kamer van Koophandel; het ondernemerschap heeft daarmee ook een formele status;
6. men is voor het levensonderhoud van de familie geheel afhankelijk van de resultaten van de eigen onderneming en neemt daarmee (ondernemers)risico;
7. etnische ondernemers onderscheiden zich door een aantal specifieke sociaal-culturele kenmerken;
8. men maakt gebruik van etnische strategieën.

Hoewel het niet gaat om een onderscheidend criterium zou aan het voorgaande nog kunnen worden toegevoegd dat waar sprake is van etnisch ondernemerschap een substantieel deel van een migrantengroepering actief is binnen een duidelijk herkenbaar segment van de arbeidsmarkt.

Op de aard van de specifieke sociaal-culturele kenmerken en het gebruik van etnische strategieën zal in hoofdstuk 5 nog worden ingegaan. Wie is er nu wel en wie is er geen etnisch ondernemer? De Indische kokkin die in haar vrije tijd koekjes maakt en deze verkoopt op bazaars en in de vriendenkring is geen etnisch ondernemer. Zij staat niet formeel als ondernemer ingeschreven en zij loopt geen ondernemersrisico.

De Belgische of Duitse ondernemer is ook geen etnisch ondernemer, althans volgens de hier gepresenteerde typologie. Er mag namelijk van worden uitgegaan dat de

betrokkene over voldoende opleiding, vaardigheden en mogelijk zelfs kennis van de Nederlandse taal beschikt en dat hij ook meer mogelijkheden heeft op de arbeidsmarkt. Bovendien is het de vraag of er sprake is van specifieke sociaal-culturele kenmerken waardoor de Belgische of Duitse ondernemers in Nederland zich als groep onderscheiden van de gangbare westerse ondernemerscultuur.

Zowel Joegoslavische als Surinaamse restauranthouders kunnen wel als etnische ondernemers worden beschouwd; dit staat dus los van het feit of zij wel of niet in het minderhedenbeleid van de Nederlandse overheid vallen.

Ongetwijfeld zullen zich situaties voordoen, waarin het moeilijk blijft om aan te geven of er sprake is van etnisch ondernemerschap of niet. Met de hierboven weergegeven typologie lijkt het in ieder geval mogelijk een meer gericht antwoord te geven op de vraag wanneer er nu wel en wanneer er niet van etnisch ondernemerschap kan worden gesproken.

1.8 THEORIE VAN DE MIDDLEMAN MINORITIES

Uit het voorgaande zal duidelijk zijn geworden, dat een groot aantal factoren een rol speelt bij het ontstaan en de verdere ontwikkeling van het etnisch ondernemerschap. Verschillende benaderingen zijn aan de orde gesteld en al deze invalshoeken hebben in de onderscheiden situaties plausibele verklaringen kunnen geven voor het ontstaan van dergelijk ondernemerschap. De uitkomsten van deze studies bieden voldoende resultaten en bruikbare concepten, op basis waarvan verder onderzoek geentameerd kan worden. Tegelijkertijd is duidelijk geworden dat op veel vragen nog steeds onvoldoende antwoord is gegeven. Zo is de invloed van omgevingsfactoren op de start van kleine etnische ondernemingen en het belang van etnische hulpbronnen daarbij wel aangetoond, maar is tot dusverre onderbelicht gebleven hoe deze factoren precies op elkaar ingrijpen en welke mechanismen daarbij een rol spelen. Dat etnische strategieën een belangrijke rol kunnen spelen, is eveneens helder geworden, maar in hoeverre achterliggende, cultuurgebonden factoren daarbij betrokken zijn, is nog onvoldoende beantwoord.

Eerder is erop gewezen dat de ontwikkeling van het etnisch ondernemerschap, als onderdeel van het algemene migratieproces, een dynamisch verloop kent. Interessante vragen in dat verband zijn: onder welke omstandigheden is er sprake van een stimulerend effect en welke condities werken daarbij belemmerend? Het antwoord op dergelijke vragen zou de bestaande kennis op dit terrein aanzienlijk kunnen uitbreiden. De centrale vraag is dus hoe bepaalde processen met elkaar samenhangen

en op welke wijze een bepaalde ontwikkeling rond het etnisch ondernemerschap verloopt. Gelukkig zijn er in het verleden al studies verricht, waarin dergelijke vragen een belangrijke plaats innemen. In dat verband dient het werk van Light en Bonacich te worden genoemd. In hun onderzoek naar de positie van zogenaamde Middleman Minorities richten zij hun aandacht op etnische groeperingen die zich kenmerken door een sterke gerichtheid op het ondernemerschap. Het ging daarbij primair om handelsactiviteiten in pre-industriële samenlevingen (Light & Bonacich, 1987). Kenmerkend voor deze benadering is de economische rol die de betrokken etnische groeperingen in een bepaalde samenleving vervullen als handelaars of financiers. Deze intermediaire rol kan op twee manieren ontstaan. In de eerste plaats als gevolg van een vijandige reactie van de omgeving op de desbetreffende groepering, die zich in cultureel en raciaal opzicht onderscheidt van de samenleving waarin zij zich bevindt. De leden van deze groepering reageren daarop door de gelederen te sluiten. Op basis van onderlinge solidariteit en een zekere trots om tot de groep te behoren, zijn zij in staat de door hen ondervonden problemen te weerstaan (Kurokawa, 1970).

Een tweede bron die kan leiden tot deze positie van Middleman Minority kan gelegen zijn in de structuur van de samenleving waarin men leeft. Daar waar sprake is van een tweedeling tussen de heersende elite en de bevolking, zoals bijvoorbeeld het geval is in een koloniale samenleving, kan een etnische groep de rol van een Middleman Minority gaan vervullen. Omdat een dergelijke etnische groep geen positie inneemt waaraan een bepaalde status is gekoppeld, kan zij in principe met alle partijen handel drijven en zaken doen. Bovendien kunnen zij een onafhankelijke marktpositie innemen, omdat er geen verwantschapsbanden zijn met de rest van de samenleving. Aldus vormt deze etnische groep een buffer tussen de elite en de grote massa daaronder. Hoewel voor dergelijke verklaringen zeker aanwijzingen zijn te vinden, schieten dergelijke benaderingen om minstens twee redenen tekort (Bonacich, 1973):

- discriminatie van een bepaalde minderheid tast de groepssolidariteit aan. Als gevolg daarvan zal de groep er niet in slagen een intermediaire status te verwerven, maar zal zij juist gedwongen worden een marginale positie in te nemen;
- Middleman Minorities ontstaan ook in maatschappijen, waarin geen sprake is van een tweedeling, bijvoorbeeld in moderne, geïndustrialiseerde samenlevingen.

Hoe valt het ontstaan van Middleman Minorities dan wel te verklaren? Bonacich gaat uit van de volgende empirische generalisaties. In de eerste plaats geldt voor alle

Middleman Minorities dat zij beginnen als zogenaamde *sojourners*, dat wil zeggen dat hun verblijf in de nieuwe samenleving in principe van tijdelijke aard is.

Ten tweede is er in economisch opzicht sprake van een duidelijke prestatiedrang en een concentratie op bepaalde beroepsgroepen. Voor de korte termijn accepteert men deprivatie teneinde op langere termijn bepaalde doelen te bereiken. Men is bereid lange werktijden te maken en geld opzij te leggen. Met het in de loop der tijd vergaarde kapitaal is men in staat te zijner tijd terug te keren naar het land van herkomst. Er is aldus sprake van een uitgestelde behoeftebevrediging en een toekomstgerichte oriëntatie. Dit in tegenstelling tot bijvoorbeeld de situatie bij migranten die zich vanaf het begin voor ogen stellen zich blijvend in het nieuwe land te vestigen. Overigens zij hierbij opgemerkt, dat niet allen hun doel bereiken om terug te keren naar het thuisland.

In de derde plaats kenmerken deze Middleman Minorities zich door het feit dat zij kiezen voor beroepen die hen niet binden aan een bepaalde plaats. Centraal staat het begrip 'liquiditeit', waardoor zij in staat zijn flexibel te opereren en in voorkomende gevallen elders hun heil te zoeken.

Een vierde kenmerk, dat samenhangt met de oriëntatie op een tijdelijk verblijf, betreft de hoge mate van solidariteit binnen de groep. Deze solidariteit wordt in de regel op twee manieren economisch aangewend. In de eerste plaats bij de distributie van hulpbronnen. Zoals eerder opgemerkt kan daarbij worden gedacht aan informatieverzorging, kredietverschaffing of het creëren van arbeidsplaatsen. Vaak worden onbetaalde familieleden ingeschakeld, die bereid zijn lange uren te maken. Men is loyaal ten opzichte van de eigenaar van het bedrijf. Op termijn is de mogelijkheid aanwezig dat men partner wordt. De geleverde inspanningen worden gezien als een investering: men wordt getraind en men krijgt hulp bij het opzetten van een eigen zaak. In de tweede plaats speelt solidariteit een rol bij de beheersing van interne competitie. Er ontstaat als het ware een gilde-achtige structuur, waarbinnen sprake is van een duidelijke taakverdeling en hiërarchie, maar waarbinnen ook gerekend kan worden op bescherming en wederzijdse hulp. Een manier om de onderlinge concurrentie te beheersen is bijvoorbeeld het realiseren van verticale expansie. Zo wisten Joodse textielhandelaren in New York en Pakistaanse confectiehandelaren in Manchester deze branche te reguleren door eigen textielfabrieken en groothandels op te zetten die de winkels van kleding voorzagen. Deze interne organisatie leidt, in combinatie met de eerder genoemde geldingsdrang van Middleman Minorities, tot kostenbesparing. Als gevolg daarvan is men in staat te concurreren. Aangezien men zich daarnaast richt op bepaalde beroepen is er op een gegeven moment sprake van een concentratie en beheersing van bepaalde sectoren op de arbeidsmarkt.

Voor alle duidelijkheid zij erop gewezen dat het hier gaat om groepskenmerken. Natuurlijk zijn er altijd leden van de desbetreffende migrantengroepering die afwijken van het geschetste beeld. Bovendien is het zo dat niet alle migrantengroeperingen die zich tijdelijk in een ander land vestigen zich ontwikkelen tot een Middleman Minority. Een dergelijke ontwikkeling treft men in het algemeen wel aan bij Joodse migranten en bij Chinezen en Indiërs. Ook in landen waar geen sprake is van een tweedeling in de samenleving blijken deze migrantengroeperingen zich tot een Middleman Minority te ontwikkelen. Dit duidt er dus op dat de groepscultuur een belangrijke factor vormt bij dit proces. De gerichtheid op een tijdelijk verblijf is daarbij wel een belangrijke voorwaarde. Het merendeel van de Middleman Minorities is namelijk van huis uit geen kleine ondernemer. De meesten maakten in het thuisland deel uit van een lagere of gedepriveerde klasse. In de nieuwe samenleving weet men zich vervolgens te ontwikkelen tot kleine ondernemer.

Volgens Bonacich (1973) zal er op den duur een conflict ontstaan tussen de Middleman Minority en de nieuwe omgeving, waarin zij zich gevestigd heeft. Beide partijen streven namelijk economische doelen na die onverenigbaar met elkaar zijn. In de eerste plaats zal er een conflict kunnen ontstaan over goedkope versus dure arbeid. Door de lange werktijden die etnische ondernemers maken is er sprake van relatief goedkope arbeid. In het algemeen is men niet bij een vakbond aangesloten.

Een tweede bron van conflict is gelegen in de relatie met de lokale, autochtone ondernemers. Deze laatsten kunnen zich bedreigd voelen in hun bestaan, bijvoorbeeld omdat de etnische ondernemers veel lagere prijzen hanteren. Het gevolg daarvan kan zijn dat bepaalde restricties worden ingevoerd, bijvoorbeeld door de overheid.

Een derde, meer algemene, maar daarom misschien wel belangrijkste conflictbron is terug te voeren op de relatie met het gastland in bredere zin. In de ogen van de samenleving heeft de Middleman Minority namelijk een zogenaamde dubbele loyaliteit. Men verdenkt de etnische ondernemer ervan geen staatsburger te willen worden van het gastland. Door geld te sturen naar familie in het thuisland vermindert de Middleman Minority bovendien de bronnen van het gastland.

Wat betekent dit voor de positie van de Middleman Minority? Ofwel: welke gevolgen hebben deze conflictbronnen en de vijandige houding van het gastland voor de migrantengroepering? Bonacich ziet de volgende ontwikkeling plaatsvinden:

- wat aanvankelijk vrijwillige segregatie was, wordt op den duur gedwongen segregatie;

- door de vijandige houding van het gastland wordt de liefde voor het moederland gevoed;
- het sentiment wordt in stand gehouden, onder andere door handhaving van de eigen taal;
- als gevolg van wettelijke restricties worden mogelijke alternatieven afgesneden en concentreert men zich op beroepen in een bepaalde sector.

Uit de voorgaande uiteenzetting over het ontstaan van Middleman Minorities zal duidelijk zijn geworden dat bij dit proces niet alleen rekening moet worden gehouden met een groot aantal factoren, maar ook met een grote diversiteit aan factoren. In het door Bonacich gepresenteerde model wordt geprobeerd aan te geven hoe de verschillende factoren, die in de eerder genoemde benaderingen vaak expliciet naar voren zijn gekomen, op elkaar kunnen inwerken, hoe deze kunnen leiden tot het ontstaan van etnisch ondernemerschap en welke gevolgen dit proces uiteindelijk kan hebben voor de desbetreffende migrantengroepering. Uit het tot nog toe verrichte onderzoek op dit terrein blijkt dat dergelijke ontwikkelingen zich in verschillende landen in de wereld en ook in diverse typen maatschappijen hebben voorgedaan. De kracht van dit model is vooral gelegen in het feit dat het gericht is op universele toepasbaarheid en dat het ontstaan van etnisch ondernemerschap een dynamisch proces is, dat in een breder kader moet worden geplaatst; het wordt immers gezien als onderdeel van het totale migratieproces.

Voor de bestudering van het etnisch ondernemerschap in moderne maatschappijen is deze benadering echter minder geschikt, aangezien het model zich sterk richt op pre-industriële samenlevingen. Bovendien gaat de aandacht primair uit naar ondernemers die actief zijn in de handel. Tegelijkertijd schuilt in een dergelijke benadering het gevaar dat onvoldoende rekening wordt gehouden met allerlei subprocessen die vaak mede bepalend kunnen zijn voor het ontstaan van etnisch ondernemerschap, de verdere ontwikkeling daarvan en de consequenties voor de betrokken migranten.

Leidt een dergelijk proces altijd tot segregatie? Natuurlijk is een dergelijke ontwikkeling mogelijk, zoals blijkt uit de geschiedenis van de Japanners in Amerika, de Chinezen in Azië of de Joden in Europa. De vraag is echter ook in wat voor type samenleving zich een dergelijk proces voltrekt, in welke periode een dergelijke ontwikkeling plaatsvindt, welk politiek klimaat er heerst en of de ontstane situatie van blijvende aard is. De historie leert immers ook dat migranten zich vanuit een gemarginaliseerde positie weer omhoog kunnen werken en zich kunnen ontwikkelen tot succesvolle ondernemers, die ook geaccepteerd worden door de omgeving. Hoe

spelen zij dat klaar, waar komt die veerkracht vandaan en onder welke omstandigheden vindt dat plaats?

In de praktijk zal het migratieproces, zoals nog blijkt, niet langs vastgestelde paden verlopen, maar is er sprake van een samenspel van diverse zeer complexe subprocessen, waarvan de uitkomsten meestal moeilijk zijn te voorspellen. Daarvoor zijn verschillende redenen. In de eerste plaats is er namelijk sprake van een door elkaar heen lopen van allerlei subprocessen, die zich tegelijkertijd op verschillende niveaus en in verschillende sferen afspelen en in de regel niet synchroon verlopen. Zo moet de immigrant die net is gearriveerd in de nieuwe samenleving op zoek gaan naar werk en naar een huis. Tegelijkertijd moet op zoek worden gegaan naar een school voor de kinderen en moet men nieuwe sociale contacten leggen.

In de tweede plaats is er sprake van een verstrengeling van de verschillende niveaus en sferen. Niet zelden komt het voor dat de mannelijke partner die net werk heeft gevonden extra zijn best zal doen, veel overwerkt en cursussen volgt. Dit kan mede samenhangen met de cultuur in het land van herkomst. Het gevolg daarvan kan zijn dat hij minder tijd besteedt aan het gezin. De rol van de vrouwelijke partner verandert daardoor; vaak gaat zij zich meer bemoeien met het gezin. Een van de consequenties daarvan kan weer zijn dat er verschillen van inzicht gaan optreden tussen de man, die zich als gevolg van zijn intensieve deelname aan het arbeidsproces in bepaalde opzichten sneller aanpast aan de nieuwe omgeving, en de vrouw, die vooral gericht is op het reilen en zeilen van het gezin.

Een derde aspect dat bijdraagt aan de complexiteit betreft het omgaan met het begrip 'de maatschappij als geheel'. Een belangrijke rol is daarbij met name weggelegd voor de overheid, waarmee de migrant op elk niveau geconfronteerd wordt. Te denken valt aan de gezondheidssector of aan de arbeidsmarkt. Vaak wordt daarbij het accent gelegd op wat de overheid te bieden heeft: worden er banen gecreëerd of is er een mogelijkheid tot herscholing? Migranten kunnen vervolgens van dat aanbod gebruik maken. In de praktijk blijken migranten echter ook vaak hun eigen mogelijkheden te creëren, zoals bijvoorbeeld het geval is geweest met de verkopers van Italiaans ijs of van Vietnamese loempia's. Daar moet dan weer wel tegenover staan dat de overheid aan dergelijke initiatieven de ruimte geeft. Een analyse van het aanpassingsproces van migranten vereist dan ook dat rekening wordt gehouden met die wisselwerking.

Een vierde element heeft betrekking op factoren die dwars door alle niveaus heen snijden. Het niet beheersen van de taal van de ontvangende samenleving is daar een voorbeeld van. De werkzoekende immigrant ziet zich daardoor vaak voor een groot

probleem geplaatst (Veenman, 1990; Niesing, 1993). Echter ook op andere niveaus kunnen zich daardoor problemen voordoen: op school, bij het loket van de bank of het station, maar bijvoorbeeld ook als het erom gaat bepaalde gevoelens te uiten.

Aansluitend kan een vijfde algemeen aspect worden genoemd, namelijk de invloed van de cultuur van de migrantengroepering op de verschillende niveaus. Het effect daarvan is duidelijk merkbaar als het gaat om de instandhouding van bepaalde tradities en waarden waarmee men is opgevoed. De invloed daarvan, bijvoorbeeld op de werkvloer, is vaak sterk voelbaar. Zo kan een werknemer op een gegeven moment geconfronteerd worden met de heersende bedrijfscultuur of met praktische eisen die wel eens strijdig kunnen zijn met de waarden en normen van de migrant. Een voorbeeld daarvan is de gang van zaken rond de selectie van politiepersoneel onder allochtonen. Personen die de Islamitische godsdienst belijden, zien bijvoorbeeld op tegen een verblijf in een internaat, waar zij tijdelijk met 'onreine' niet-Islamieten moeten samenwonen.

1.9 CONCEPTUEEL KADER

Het blijkt dus dat er in de praktijk sprake is van een complex en dynamisch proces. Ten einde enige greep te krijgen op die complexiteit en dynamiek lijkt het daarom raadzaam om bij de analyse van het aanpassingsproces steeds rekening te houden met de geconstateerde vervlechting van de verschillende niveaus en sferen, alsmede met de onderlinge wisselwerking tussen de ontvangende samenleving en de migrantengroepering.

Een benadering die met dergelijke aspecten rekening houdt, kan meer inzicht bieden in de wijze waarop het migratieproces van de Chinezen in Nederland heeft plaatsgevonden, alsook in de omstandigheden waaronder en de inspanningen waarmee de betrokkenen erin zijn geslaagd zich tot vaak succesvolle horeca-ondernemers te ontplooien. Met een dergelijke benadering zou ook meer specifiek kunnen worden aangetoond hoe de verschillende niveaus waarop en de diverse sferen waarbinnen het aanpassingsproces zich afspeelt en het etnisch ondernemerschap zich ontwikkelt op elkaar van invloed zijn.

Een model dat in dit kader zeer bruikbaar zou zijn, is ontwikkeld door Ellemers (1957). Deze auteur stelt in zijn model het begrip 'aanpassing' centraal. Hij verstaat daaronder "de mate waarin de samenstellende elementen van een proces (of van verschillende processen) ondergebracht zijn in een groter geheel". Voorts gaat hij

ervan uit dat er meer aanpassing is, naarmate er meer aanrakingsvlakken zijn: “deze aanpassing kan plaatsvinden op verschillende niveaus”. Er wordt een onderscheid gemaakt tussen positieve aanpassing en negatieve aanpassing. Van positieve aanpassing wordt gesproken wanneer de onderdelen binnen het groter geheel in onderlinge harmonie werken en de meeste wrijvingen overwonnen zijn. Er is sprake van negatieve aanpassing “wanneer de onderdelen binnen het groter geheel met elkaar in botsing komen en zich voortdurend wrijvingen voordoen”.

Het model gaat uit van drie kaders, waarbinnen weer verschillende elementen kunnen worden onderscheiden:

1. Een kader waarin de aandacht sterk gericht is op de migratie als zodanig en op het eerste contact met de nieuwe samenleving. Daarbij kunnen drie aspecten worden onderscheiden:

- de situatie vóór de migratie, waarbij vragen aan de orde zijn als: waar komt de immigrant vandaan, wie is de immigrant, welke rollen vertolkte de immigrant in de maatschappij waar hij vandaan komt?
- het motief tot emigratie, waarbij men zich de vraag zou kunnen stellen of de migratie een vrijwillig of onvrijwillig karakter heeft, of er politieke, sociale of economische redenen zijn om te emigreren. Ook zou hier een duidelijk onderscheid moeten worden gemaakt tussen het motief en de aanleiding tot migratie, twee begrippen die niet zelden met elkaar worden verward.
- de reis en de aankomst in het nieuwe land. De overtocht naar een ander land houdt vaak in dat de migrant vrijwel geheel is van de meeste sociale contacten. Het aantal sociale rollen dat men vervult, wordt gedurende een bepaalde periode gereduceerd, hetgeen tot gevoelens van onzekerheid en frustratie kan leiden. Hierbij dient wel te worden opgemerkt dat de reis van de migrant sinds de jaren zestig en zeventig meestal per vliegtuig werd ondernomen, wat veel minder tijd in beslag nam dan een overtocht per boot, zoals dat in de jaren vóór en vlak na de Tweede Wereldoorlog nog het geval was. Voorts speelt hier mee hoe de opvang van de immigranten en de voorlichting is geregeld, hoe de migrant na verloop van tijd zijn positie als migrant definieert en tot op welke hoogte hij of zij bereid is zich aan te passen aan de nieuwe situatie.

2. Een kader dat gericht is op de processen van aanpassing. Hierbij wordt een onderscheid gemaakt tussen:

A. Een aantal niveaus van aanpassing dat elkaar onderling sterk beïnvloedt, namelijk:

- het fysieke en materiële niveau, zoals bijvoorbeeld het klimaat en de directe leefomgeving;
- het niveau van het leren van nieuwe handelingen, zoals het uitoefenen van een nieuw beroep;
- het persoonlijke niveau, waarbij niet alleen moet worden gedacht aan instrumentele handelingen (tafelmanieren), maar ook aan het vertolken van nieuwe rollen, voortvloeiend uit de nieuwe posities die men inneemt;
- het groepsniveau, waarbij aandacht dient te worden besteed aan veranderende posities binnen de oude groep (bijvoorbeeld de rol van de vader) en aan de intrede in nieuwe groepen (bijvoorbeeld nieuwe bureaus);
- het niveau van waarden en normen, waarbij ervan wordt uitgegaan dat de immigrant, in geval van positieve aanpassing, ook de waarden, normen en symbolen van de nieuwe samenleving verwerkt.

B. De sferen waarin de aanpassing zich voltrekt. Daarbij kan in ieder geval worden gedacht aan:

- het gezin, als veelal enige ('bekende') sociale groep die voor de immigrant overblijft;
- de huisvesting of het wonen, waarbij vragen rijzen over de subjectieve beleving van de immigrant en over de mogelijkheden tot het leggen van sociale contacten;
- het werk, dat (zeer waarschijnlijk) als de belangrijkste sfeer moet worden beschouwd waarbinnen de aanpassing ervaren wordt;
- de bureaucratische sfeer, waarmee de immigrant in de nieuwe samenleving wordt geconfronteerd, zoals overheidsinstellingen die belast zijn met de zorg voor immigranten;
- de opvoeding van de kinderen, die zich gedeeltelijk binnen het gezin en gedeeltelijk buiten het gezin afspeelt;
- de kerk, die soms een belangrijke rol speelt tijdens het aanpassingsproces;
- de verenigingen, zoals immigrantenverenigingen die vaak als buffer bij de opvang van migranten fungeren of autochtone verenigingen, politieke verenigingen en ontspanningsverenigingen;
- de vrijetijdsbesteding, met name op het persoonlijk niveau.

3. Een derde kader heeft betrekking op 'de nieuwe maatschappij als geheel'. Binnen dit kader wordt aandacht besteed aan de relatie tussen de immigrantengroepering

enerzijds en de nieuwe maatschappij en haar leden anderzijds. De vragen die hierbij aan de orde kunnen komen, hebben betrekking op de rol van de overheid, het door haar gehanteerde immigrantenbeleid en de houding van de bevolking van de ontvangende samenleving ten opzichte van de immigrant.

Het hierboven gepresenteerde model van Ellemers biedt mogelijkheden om het ontstaan en de verdere ontwikkeling van het Chinese ondernemerschap in de horecasector te analyseren. Het biedt een algemeen raamwerk, waarbinnen zowel rekening kan worden gehouden met meer algemene kenmerken van de groep, als met maatschappelijke ontwikkelingen die van invloed zijn op het aanpassingsproces. Verder heeft dit model oog voor de diverse niveaus waarop en sferen waarbinnen dit aanpassingsproces zich afspeelt, zodat eveneens meer specifieke processen met betrekking tot het aanpassingsproces onder de loep kunnen worden genomen.

1.10 UITWERKING, PROBLEEMSTELLING EN SCHEMATISCH OVERZICHT

In § 1.2 werd de vraagstelling van deze studie als volgt geformuleerd: welke maatschappelijke omstandigheden zijn van invloed geweest op de ontwikkeling van de Chinese horecasector en welke ontwikkelingen hebben zich voorgedaan binnen de populatie Chinezen in Nederland? Op welke wijze hebben deze ontwikkelingen elkaar beïnvloed en welke gevolgen heeft deze interactie gehad op de ontwikkeling van de Chinese horecasector? De door Ellemers onderscheiden kaders kunnen thans als leidraad dienen om deze vraagstelling te expliciteren.

Het eerste kader is, zoals eerder vermeld, in het bijzonder gericht op de migratie als zodanig en op de eerste ervaringen die de migranten in de nieuwe maatschappij opdoen. Een belangrijke vraag die binnen dit kader gesteld kan worden, luidt: waardoor kenmerken de Chinese migranten zich tijdens de eerste fase van het migratieproces? Het is hierbij in eerste instantie van belang inzicht te krijgen in de historische achtergronden van de desbetreffende migrantengroepering. Voorts zal worden nagegaan wat het motief is geweest om naar Nederland te vertrekken.

Ook andere factoren spelen een rol: men komt terecht in een land, waarvan de cultuur in veel opzichten verschilt van die in het land van herkomst. Men spreekt een andere taal, waardoor men in verschillende situaties op problemen kan stuiten. Dikwijls beschikt men niet over voldoende middelen om bijvoorbeeld het huis in te richten of passende kleding te kopen. Met betrekking tot de in deze studie onder-

scheiden migrantengroepering zal dan ook op de volgende vragen antwoord moeten worden gegeven:

1. Wat was het motief om naar Nederland te emigreren?
2. In hoeverre was men bekend met de cultuur van de nieuwe samenleving en in hoeverre beschikte men reeds over vaardigheden die aansloten op de Nederlandse samenleving?
3. Hoe was het gesteld met het opleidingsniveau bij aankomst in Nederland?
4. Beheerste men al dan niet de Nederlandse taal en zo ja, in welke mate?
5. Beschikte men wel of niet over voldoende materiële middelen op het moment dat men in Nederland arriveerde?

Bij de beantwoording van deze vragen zal vooral gekeken worden naar het niveau van (sub)collectiviteiten, dat wil zeggen: het gezin, het bredere familieverband en de groepering als geheel.

Het tweede kader is gericht op de processen van aanpassing. Een tweede hoofdvraag luidt in dit verband: welke factoren spelen een rol bij het aanpassingsproces binnen de verschillende institutionele sferen? Het aantal factoren dat binnen dit kader inzicht zou kunnen bieden in de positie van de betrokken migrantengroepering lijkt relatief groot. Er zou bijvoorbeeld gezien kunnen worden welke positie de migrantengroepering inneemt op de arbeidsmarkt, welke activiteiten zij ontplooit in de vrije tijd, hoe zij gehuisvest is of in welke mate er sprake is van emancipatie bij de vrouwelijke migranten.

Ook op het individueel niveau vindt aanpassing plaats. In feite is het vooral op dat niveau dat men als migrant in het algemeen de meest indringende ervaringen opdoet, bijvoorbeeld in het contact met de burens, met de school of met collega's. Niet zelden moet men immers in de nieuwe samenleving als individu ook nieuwe rollen aannemen. Dergelijke ervaringen kunnen op hun beurt van invloed zijn op de identiteitsbeleving van de betrokken migrant. Leidt een verblijf in het nieuwe land tot verlies van de eigen identiteit of juist tot versterking van die identiteit?

Het centrale thema van deze studie betreft het etnisch ondernemerschap onder de Chinese migranten. De aandacht zal in dit kader dan ook vooral uitgaan naar de positie van de betrokkenen op de arbeidsmarkt. Voorts zal nader worden ingegaan op een aantal sferen dat daar direct of indirect mee samenhangt. Een vijftal sferen zal worden besproken, namelijk:

- de positie op de arbeidsmarkt;
- de organisatiegraad;

- de juridische positie van de betrokkenen;
- het onderwijs; en
- de beleving van de eigen identiteit.

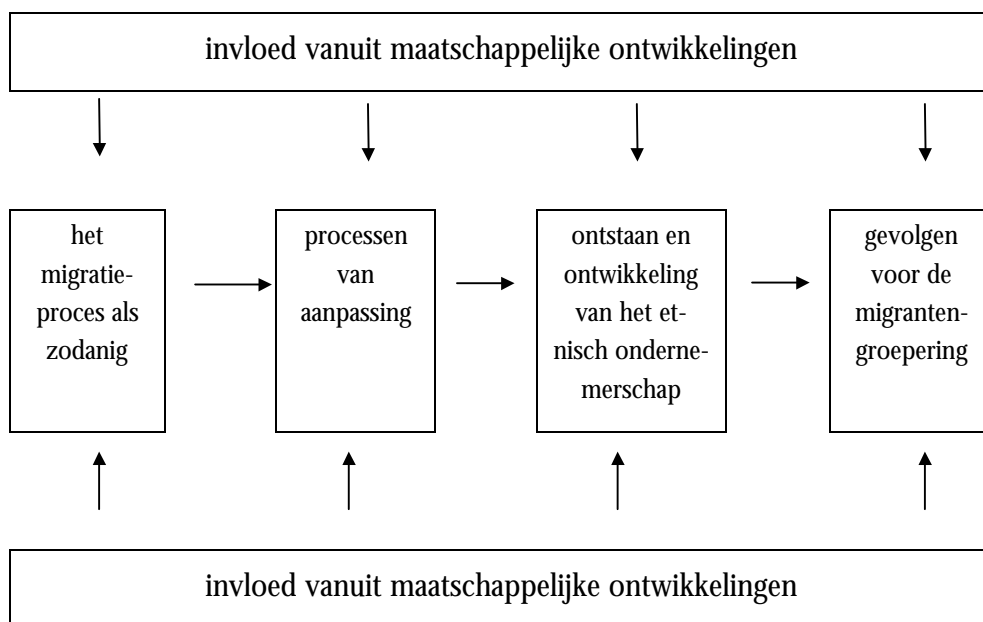
Binnen een migrantengroepering kunnen in de regel weer verschillende subgroeperingen of categorieën worden onderscheiden. Door een dergelijk onderscheid te maken, kan vaak een duidelijker beeld worden verkregen van de verschillende subprocessen die zich op dat niveau afspelen. In hoeverre is er bijvoorbeeld sprake van onderlinge saamhorigheid of naijver en wat zijn de gevolgen daarvan voor een bepaalde subgroepering en de groep als geheel?

Zoals uit het voorgaande is gebleken, kan de positie van een migrantengroepering analytisch op verschillende niveaus worden gezien. In werkelijkheid is er uiteraard sprake van een vervlechting van deze verschillende niveaus. Ervaringen die men op een bepaald niveau opdoet, kunnen weer gevolgen hebben voor het handelen op andere niveaus.

In het derde kader, dat gericht is op de maatschappij als geheel, staat dan ook de relatie tussen de migrantengroepering en de nieuwe omgeving centraal. Uit de literatuur is bekend dat die relatie nogal eens problematisch kan zijn (vergelijk Penninx, 1988; Latuheru e.a., 1994). Uit de ervaringen die verschillende migrantengroeperingen tijdens hun verblijf in Nederland hebben opgedaan, kan worden opgemaakt dat de rol van bijvoorbeeld de centrale overheid, gemeenten of werkgevers vaak sterk bepalend kan zijn voor het verloop van het migratieproces. Tegen deze achtergrond kan dan ook een derde centrale vraag worden gesteld:

- Hoe waren de maatschappelijke omstandigheden op het moment van aankomst en tijdens het verdere verblijf en welke gevolgen hadden deze voor de Chinese migrantengroepering en de ontwikkeling van de Chinese horecasector?
- Is er sprake (geweest) van een specifiek op de betrokken migrantengroepering gericht overheidsbeleid en zo ja, welke gevolgen heeft dat gehad voor deze migrantengroepering?

Schematisch kan het voorgaande als volgt worden weergegeven:



Zoals gesteld vormt het ontstaan en de verdere ontwikkeling van het Chinese ondernemerschap het centrale thema van deze studie. Het uitgangspunt daarbij is, dat de wijze waarop dit ondernemerschap zich heeft ontwikkeld, beter begrepen kan worden wanneer deze ontwikkeling wordt geplaatst binnen het bredere raamwerk van het migratieproces.

De belangrijke vraag die thans moet worden gesteld, is: Hoe hebben de Chinese migranten in Nederland het gepresteerd zich in zo'n relatief korte tijd te ontwikkelen tot vaak succesvolle horeca-ondernemers? Naast de interesse voor structurele factoren gaat de aandacht daarbij uit naar onderscheidende groepskenmerken die daaraan mogelijk ten grondslag liggen. In de eerder besproken literatuur over etnisch ondernemerschap blijken met name drie eigenschappen als mogelijk verklarende factoren op de voorgrond te treden, namelijk 'het tijdelijk karakter van de vestiging en een daarmee gepaard gaande oriëntatie op het thuisland', 'prestatiedrang' en 'solidariteit

Tijdelijk verblijf

Met betrekking tot de eerste eigenschap, het tijdelijk karakter van het verblijf en de gerichtheid op het land van herkomst, kunnen vier algemene aspecten worden onderscheiden. In de eerste plaats valt op dat de betrokken migranten zich niet of nauwelijks inlaten met de politiek van het gastland. Pas in een later stadium wil het voorkomen dat men, om uiteenlopende redenen, interesse gaat tonen voor de lande-

lijke of plaatselijke politiek. Een tweede opvallend verschijnsel is, dat de migranten, ook leden van de tweede generatie, hun huwelijkspartner primair zoeken binnen de eigen groep. Het onderhouden van een relatie met iemand buiten de eigen groep komt voor, maar blijft vooralsnog een uitzondering. Ten derde vindt de onderlinge communicatie plaats in de eigen taal. Het aanleren van de taal van het gastland gebeurt wanneer dat functioneel is, bijvoorbeeld in verband met de contacten met leveranciers. Ten slotte wordt de eigen cultuur en ook het onderwijs in de eigen taal geïmplementeerd. Dit krijgt bijvoorbeeld gestalte in de oprichting van 'eigen scholen'.

Op welke wijze uit deze algemene oriëntatie zich nu in de sfeer van het etnisch ondernemerschap? Dat komt bijvoorbeeld naar voren bij de werving van personeel; in de regel worden medewerkers gerekruteerd uit het thuisland. Ten tweede treedt dit aan de dag bij de investeringen die men pleegt in het thuisland. Veel ondernemers ondersteunen de achtergebleven familie in het thuisland of laten daar zelfs een huis bouwen voor de oude dag. In de derde plaats is men er als het ware op ingesteld geregeld te verhuizen. Op het moment dat men zich ergens vestigt, houdt men altijd in het achterhoofd dat het om een tijdelijk verblijf kan gaan. Daarmee hangt ook een vierde aspect samen, namelijk dat men altijd de beschikbaarheid wil hebben over kapitaal. Investeringen die niet direct liquide middelen kunnen opleveren, worden gewoonlijk niet gepleegd.

Prestatiedrang

Met betrekking tot het tweede kenmerk 'prestatiedrang' kan eveneens een aantal algemene aspecten worden onderscheiden. Prestatiegerichtheid is daar één van: men is bereid zich volledig in te zetten om een bepaald doel te bereiken. Wanneer men zich ergens voor inzet, wil men daar ook zijn beste krachten aan wijden teneinde een optimaal resultaat te behalen. Opofferingsgezindheid is een tweede aspect dat in het oog springt. De betrokkenen zijn in staat en zijn ook bereid zich gedurende langere tijd bepaalde zaken te ontfemen. Zo komt het voor dat de grootouder alle vrije tijd steekt in de oppas van de kleinkinderen, opdat de kinderen geld kunnen verdienen. Een derde aspect waarop gewezen moet worden betreft het belang dat men stelt in een goede opvoeding van de kinderen. Men is bereid te investeren in hun toekomst, met name door hen een goede opleiding te laten volgen.

Hoe manifesteren deze algemene prestatiegerichte eigenschappen zich in relatie tot het ondernemerschap? Wat opvalt is dat men bereid is lange werkdagen te maken en het verdiende geld dat overblijft te sparen. Op termijn wordt kapitaal vergaard en daarmee kunnen vervolgens investeringen worden gepleegd. Daarvoor is onder meer

van belang dat men juridisch een sterke positie inneemt, en dat men steeds tijdig geïnformeerd wordt over actuele, zakelijke ontwikkelingen.

Solidariteit

Met betrekking tot de derde eigenschap ‘solidariteit binnen de eigen groep’ kan ook op een drietal algemene aspecten worden gewezen. Wat opvalt is bijvoorbeeld de onderlinge hulpverlening. In de regel staat men altijd klaar om elkaar te helpen, zowel binnen een generatie als tussen verschillende generaties. Dit hangt ongetwijfeld samen met de centrale plaats die vaak wordt ingenomen door de familie. Deze gerichtheid op de eigen groep brengt ook met zich mee dat in het algemeen geen duurzame relaties worden aangegaan met de autochtone bevolking.

Deze solidariteit kan ook economisch worden aangewend. Bijvoorbeeld door het gebruik maken van onderlinge netwerken en door verwanten voor het opzetten van een onderneming geld te lenen. Een bekend verschijnsel in dit verband is het zogenaamde roulerend krediet. Een andere wijze waarop deze onderlinge solidariteit zichtbaar wordt, is de beheersing van interne competitie. Zoals opgemerkt, wordt het personeel – vaak verwanten – in de regel gerekruteerd uit het thuisland. Wanneer een werknemer, na zich dikwijls een lange tijd te hebben ingespannen voor de werkgever, zelf iets willen ondernemen, heeft de eigenaar ook de morele verplichting betrokkene daarbij te steunen.

Het zijn deze drie eigenschappen die in deze studie nader zullen worden geanalyseerd. De vraag daarbij is uiteraard of en in hoeverre deze eigenschappen ook aanwezig zijn bij de Chinese migranten in Nederland en op welke wijze deze van invloed zijn op de ontwikkeling van het ondernemerschap. In het verlengde daarvan ligt de vraag wat de gevolgen van deze ontwikkeling zijn voor de positie van de betrokken migrantengroep.

Eerder is gewezen op enkele potentiële conflictbronnen, zoals de kwestie van goedkope versus dure arbeid of de problematiek van ‘ongelijke’ concurrentie ten opzichte van de autochtone ondernemer. Dergelijke conflictsituaties zouden uiteindelijk leiden tot separatie (vgl. Bonacich, 1973; Bonacich & Modell, 1980). Het is echter de vraag of een dergelijke ontwikkeling zich ook altijd zal voordoen. Immers, het is denkbaar dat onder invloed van bepaalde maatschappelijke omstandigheden een andere ontwikkeling plaatsvindt. Zo kan het ontdekken van nieuwe niches en het aanbieden van nieuwe producten resulteren in het creëren van een eigen arbeidsmarkt (vgl. bijvoorbeeld Waldinger e.a., 1985). Een dergelijke ontwikkeling kan op haar beurt de basis vormen voor toenemende integratie in de nieuwe samenleving.

Wanneer het lukt inzicht te verkrijgen in de achtergronden van het migratieproces, in de factoren die een rol spelen bij het aanpassingsproces, in de ontwikkeling van het Chinees ondernemerschap en de consequenties daarvan voor de betrokken migrantengroepering, blijft er nog één belangrijke vraag onbeantwoord. Wat leert ons een eventueel gevonden uitkomst dat het Chinese ondernemerschap zich onder specifieke voorwaarden in een bepaalde richting heeft ontwikkeld, over de mogelijke onderscheiden eigenschappen van de Chinese migranten? Anders gezegd, zijn die eigenschappen ook in een andere maatschappelijke context waarneembaar en zo ja, hoe beïnvloeden die eigenschappen dan het ontstaan en de ontwikkeling van het etnisch ondernemerschap? Teneinde daar meer inzicht in te kunnen verwerven, is een vergelijking van de situatie in Nederland met de situatie in een ander land noodzakelijk. Op basis van studies over etnisch ondernemerschap, in het bijzonder over de Chinese horeca-ondernemers in de Verenigde Staten van Amerika, kan gepoogd worden zo'n vergelijking te maken. Een dergelijke vergelijking maakt deel uit van deze studie.

Op grond van het voorgaande kan de probleemstelling thans als volgt worden geformuleerd:

1. Welke maatschappelijke processen zijn van invloed geweest op de ontwikkeling van de Chinese horecasector in Nederland?
2. In hoeverre kan er gesproken worden van de eigenschappen 'thuisland-oriëntatie', 'prestatiedrang' en 'solidariteit' binnen de Chinese migrantengroepering in Nederland en welke rol spelen deze eigenschappen bij het ontstaan en de verdere ontwikkeling van het Chinees ondernemerschap in de horeca?
3. In hoeverre beïnvloedt het ondernemerschap de positie van de Chinese migranten als groep en onder welke omstandigheden leidt dat tot separatie, dan wel integratie?
4. Welke overeenkomsten en/of verschillen zijn er waar te nemen met betrekking tot de geschiedenis van de Chinese migranten en de ontwikkeling van de Chinese horecasector in Nederland en in de Verenigde Staten van Amerika?

In het schema op pagina 36 wordt het voorgaande nog eens samengevat. In het vervolg van deze studie zal de probleemstelling worden uitgewerkt aan de hand van de in het schema genoemde aspecten. Hoofdstuk 2 is gewijd aan de achtergronden en de komst van de eerste Chinese migranten in Nederland. Deze geschiedenis van de Chinese zeelieden kan in zekere zin als een op zichzelf staande episode worden beschouwd. Tegelijkertijd kan worden vastgesteld, dat met het verblijf van deze eer-

ste Chinezen in Nederland de basis is gelegd voor de latere expansie van de Chinese horecasector.

In hoofdstuk 3 zal worden ingegaan op de maatschappelijke processen die van invloed zijn geweest op de ontwikkeling van de Chinese horecasector in Nederland. Er zal aandacht worden besteed aan het ontstaan en de verdere ontwikkeling van deze sector tot medio de jaren negentig. Tevens zal daarbij worden ingegaan op de motieven die deze migranten hadden om naar Nederland te komen en op de eerste kennismaking met de Nederlandse samenleving. Geprobeerd zal worden een beeld te schetsen van de ervaringen van de Chinese restaurateurs en werknemers in de horecasector en de wijze waarop zij wisten in te spelen op een aantal maatschappelijke ontwikkelingen. Beoogd wordt hiermee een antwoord te geven op de eerste deelvraag van de probleemstelling.

In hoofdstuk 4 wordt aandacht besteed aan een aantal institutionele sferen. Daarnaast zal aan de hand van een bespreking van enkele voorbeelden worden ingegaan op een aantal waarden en normen die een belangrijke plaats innemen binnen de Chinese gemeenschap.

In hoofdstuk 5 staan de drie eerder genoemde sociaal-culturele kenmerken van de Chinese migrantenpopulatie centraal, zowel in algemene zin als in relatie tot het etnisch ondernemerschap. Geprobeerd zal worden in dit hoofdstuk een antwoord te geven op de tweede deelvraag van de probleemstelling.

In hoofdstuk 6 zal aandacht worden besteed aan de derde deelvraag van de probleemstelling. In dat verband zal worden ingegaan op de vraag hoe het etnisch ondernemerschap de positie van de Chinese migrantengroepering beïnvloed heeft en wat de gevolgen daarvan kunnen zijn voor de migrantengroepering en de omgeving.

Hoofdstuk 7 is gewijd aan de achtergronden van de Chinese populatie in de Verenigde Staten van Amerika en aan een aantal kenmerken van de huidige Chinese populatie aldaar. In dit hoofdstuk wordt als het ware de context aangegeven, waarbinnen de ontwikkeling van de Chinese horecasector in de Verenigde Staten van Amerika gezien moet worden.

In hoofdstuk 8 zal expliciet worden ingegaan op het begin en de verdere expansie van de Chinese horecasector in de Verenigde Staten van Amerika. Ten slotte zullen de voornaamste overeenkomsten en verschillen met betrekking tot de geschiedenis van de Chinese migranten en de ontwikkeling van de Chinese horecasector in Nederland en in de Verenigde Staten van Amerika onder de loep worden genomen. Daarmee zal een antwoord worden gegeven op de vierde deelvraag van de probleemstelling.

Schema 1.1 Schematisch overzicht van de probleemstelling en het theoretisch kader

