

8. DE POSITIE VAN DE CHINEZEN IN NEDERLAND EN IN DE VERENIGDE STATEN VAN AMERIKA : EEN VERGELIJKING

8.1 INLEIDING

In dit hoofdstuk zal worden ingegaan op het ontstaan en de verdere ontwikkeling van de Chinese horecasector in de Verenigde Staten van Amerika. Duidelijk zal worden dat het ontwikkelingstraject dat de Chinese restaurateurs in Amerika hebben afgelegd in verschillende opzichten overeenkomsten vertoont met die van de Nederlandse restaurateurs, maar op onderdelen ook verschilt. Zo telden – in tegenstelling tot de situatie in Nederland – de Verenigde Staten van Amerika in de 19e eeuw reeds enkele Chinese eethuizen en restaurants.

Aan de hand van een vergelijking van de voornaamste ontwikkelingen die zich in beide landen hebben voorgedaan, zullen deze overeenkomsten en verschillen vervolgens expliciet aan de orde worden gesteld. Daarmee zal worden getracht antwoord te geven op de laatste vraag van de probleemstelling, die in hoofdstuk 1 als volgt werd geformuleerd: *“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?”*

Ten slotte zal worden geprobeerd deze bevindingen nader te bezien in het licht van het in hoofdstuk 1 gepresenteerde conceptuele kader.

8.2 HET ONTWIKKELINGSTRAJECT VAN DE CHINESE HORECASECTOR IN DE VERENIGDE STATEN VAN AMERIKA

Zoals uit de in hoofdstuk 7 beschreven ervaringen van de Chinese migranten in Amerika is gebleken, hebben zij zich door de jaren heen steeds moeten aanpassen aan veranderende maatschappelijke omstandigheden. Als gevolg van wettelijk opgelegde restricties was er sprake van een proces van marginalisering, dat er uiteindelijk toe leidde dat veel Chinezen zich vestigden in bepaalde delen van enkele grote steden, de zogenaamde Chinatowns.

Vanaf 1965 groeide het aantal Chinezen in een snel tempo. De economische bedrijvigheid nam toe en velen vonden een baan op de reguliere arbeidsmarkt, als

werknemer of als zelfstandig ondernemer. Een aparte positie wordt ingenomen door degenen die werkzaam zijn binnen de Chinese horecasector. Enerzijds boden verschillende maatschappelijke ontwikkelingen de migranten mogelijkheden om binnen deze sector een bestaan op te bouwen, anderzijds is het succes van de Chinese restaurateurs ook te danken geweest aan het feit dat zij, evenals dat het geval is geweest bij de Chinese ondernemers in Nederland, konden beschikken over een aantal etnische hulpbronnen. De groei van de Chinese horecasector in de afgelopen decennia is ook mogelijk geweest dankzij het feit dat de restaurateurs in staat bleken te zijn de Chinese keuken voortdurend aan te passen aan de wensen en behoeften van de Amerikaanse consument.

8.2.1 *Het ontstaan van de eerste Chinese restaurants*

Van alle migrantengroeperingen in Amerika hebben de Chinezen het meest vastgehouden aan hun eet- en drinkgewoonten. De Chinese migranten waren van oorsprong grotendeels afkomstig van het platteland. Hun voedsel in China bestond voornamelijk uit rijst, groenten, vis, gevogelte en varkensvlees. Boter was onbekend en melk was een schaars product, dat men, net zo min als kaas, overigens niet lekker vond smaken. Vis en groenten werden vaak gezouten, zodat deze langer bewaard konden blijven. Waarschijnlijk heeft men aldus een voorkeur ontwikkeld voor gezouten voedsel. Ook werd aan bepaald voedsel een medische werking toebedacht. Zo zou varkensvlees het bloed zuiveren en het gezichtsvermogen verbeteren. Het eten van kip en eend zou noodzakelijk zijn voor de vitale organen.

Het heeft lang geduurd voordat de Chinese keuken ingeburgerd raakte in Amerika. Er zijn verschillende verklaringen te bedenken voor het feit dat Chinees voedsel aanvankelijk nauwelijks enige indruk maakte op de Amerikaanse bevolking. De snelle bereidingswijze van groenten, die bestond uit het enkele minuten verhitten onder hoge temperatuur, spoorde in het geheel niet met de Anglo-Amerikaanse opvatting, dat groenten lange tijd moesten worden gekookt alvorens deze te nuttigen. Men vond het Chinese voedsel ook vreemd smaken, omdat er bij de bereiding geen melk of suiker werd toegevoegd en vanwege het intensieve gebruik van onbekende specerijen en groenten. Bovendien keek men vreemd aan tegen het eten met stokjes (Hooker, 1981:285). De Chinezen die destijds in de mijnen en aan de spoorlijnen werkten, bleven vasthouden aan het voedsel dat zij van huis uit gewend waren. Wanneer men over een stukje land kon beschikken, werden daar groenten en kruiden verbouwd. Veel ingrediënten werden echter geïmporteerd uit China (Chen, 1980:57).

Van oudsher hebben Chinezen in Amerika als kok gewerkt, bijvoorbeeld in privéhuishoudingen, in logementen voor zeelieden en in kampen langs de spoorlijnen en de mijnen. De gouddelvers in Californië trokken zich aan het eind van de werkdag terug in kampen, waar zij zich konden wassen, hun kleren konden reinigen en gezamenlijk de maaltijd nuttigden. Deze maaltijden werden vrijwel altijd bereid door Chinese koks. Hun voorraden werden regelmatig aangevuld door Chinese handelaars, die met een ezel en een kar door het land trokken. Langzaam maar zeker groeiden deze kampen uit tot kleine nederzettingen waar eetgelegenheden werden geopend. In het spoor van de mijnwerkers, die naar Washington en Oregon trokken, volgden de Chinese koks en op die manier raakte men ook in plaatsen buiten Californië bekend met de Chinese keuken. Een zelfde patroon was waarneembaar bij de aanleg van de transcontinentale spoorweg in 1869. Een bekende kok uit die periode was Yee Hing Gim, die in 1910 in de plaats Mackey in Idaho zijn eerste restaurant opende (Karnow, 1994).

De beperkte mogelijkheden om het voedsel te bereiden, hebben soms geresulteerd in de creatie van nieuwe gerechten. Zo zou de *egg foo young* omstreeks de eeuwwisseling zijn bedacht door Chinese koks in de kampen. De Chinese vissers hebben bijvoorbeeld als eersten bekendheid gegeven aan vissoorten als zeeoor en krab. Ook het gebruik van zeewier in de soep zou het eerst door Chinezen zijn ingevoerd (Hooker, 1981: 286). Over het ontstaan van de *chop-suey* doen verschillende verhalen de ronde. Een van de overleveringen wil dat een kok in San Francisco op een avond een maaltijd moest bereiden voor een groep dronken mijnwerkers. Hij verzamelde een aantal restjes vlees en groenten, mengde die in een pan en schotelde dit als gerecht voor aan de mijnwerkers, die het zeer apprecieerden. Volgens een ander verhaal zou een Chinese hoogwaardigheidsbekleeder, Li Hong Zhang, in 1896 dit gerecht tijdens een banket in New York hebben laten bereiden door zijn eigen kok. De Amerikaanse genodigden waren hiervan zeer onder de indruk (Karnow, 1994: 92). De meest waarschijnlijke verklaring is echter dat het gerecht in de loop van de 19e eeuw is geïntroduceerd door Chinese immigranten uit Toisan, een ruraal gebied in de omgeving van Kanton. Hoe dan ook, inmiddels is dit gerecht niet meer weg te denken uit de Chinese keuken in Amerika. Wat in ieder geval een van Chinezen in Amerika afkomstig idee is geweest, is het zogenaamde *fortune cookie*. Het gelukskoekje werd in 1916 geïntroduceerd door een Chinese bamifabrikant in Los Angeles. Het idee werd ontleend aan de handelwijze van vroegere Chinese rebellen die onderling geheime boodschappen uitwisselden, verborgen in broodjes. Deze koekjes sloegen zeer aan bij het restaurantpubliek in Amerika. Pogingen om het gelukskoekje ook in China te introduceren, zijn jarenlang mislukt, maar recentelijk is een Chinees-

Amerikaanse fabrikant erin geslaagd om een contract af te sluiten met een Kantonees bedrijf en in China een fabriek te openen.

De eerste eetgelegenheid die als Chinees restaurant werd geregistreerd, de ‘Macao and Woosung’, werd in 1849 geopend in San Francisco. Deze stad was toen nog niet veel meer dan een nederzetting aan de kust. In de loop der jaren volgden andere Chinese ondernemers, die zogenaamde ‘chow chows’ openden, een plaats waar men een goedkope maaltijd kon nuttigen en die herkenbaar was aan een driehoekige vlag van gele zijde. Van het begin af aan stonden de Chinese restaurants erom bekend, dat men daar goedkoop kon eten. Meestal kon men zoveel eten als men wilde voor een vastgesteld bedrag. Zo kon men omstreeks 1850 in San Francisco voor één dollar onbeperkt eten in restaurants als ‘Kong Sun’, ‘Whan Tong’ en ‘Tong Ling’ (Chen, 1980:57). In de regel ging het om zogenaamde *cousin partnerships*, een compagnonschap van verwanten. Aan de oostkust van Amerika werden de eerste Chinese restaurants omstreeks 1900 geopend in New York. In de jaren dertig telde deze stad reeds ongeveer 400 Chinese eetgelegenheden. Een aantal luxe restaurants was gevestigd in de betere winkelstraten. De bezoekers konden daar niet alleen eten, maar ook dansen en genieten van shows. Mogelijk hing de populariteit van deze restaurants samen met het feit, dat deze eetgelegenheden op de bezoekers een propere indruk maakten (Hsuan Chen, 1941:54).

“Of the restaurants so far investigated, the Chinese restaurants are by far the cleanest. In all of those visited the food was clean and fresh. Sufficient use of soap and water was in evidence, and the food was properly covered. The first restaurant visited was that of Sye Jan on Mott Street. The kitchen was wide and airy. The large shallow pans on the stove were scrubbed to the shining point. The Chinese have a mania for using a lot of water in their kitchen.” (New York Daily News, 5-08-1922)

Het waren overigens niet alleen Chinezen die restaurants openden. Vanaf het begin van de twintigste eeuw beproefden ook andere etnische ondernemers hun geluk in de horeca. In een stad als Philadelphia groeide, zoals blijkt uit tabel 8.1, vanaf de jaren twintig het aantal etnische restaurants gestaag.

Tabel 8.1. Aantal etnische en regionale restaurants in Philadelphia, 1920-1980.

Categorie	1920	1930	1940	1950	1960	1970	1980
Europees	15	24	40	58	66	94	109
Italiaans	5	10	24	29	33	42	50
Frans	2	3	3	3	5	12	17
Overig	8	11	13	26	28	40	42
Midden-Oosten	-	1	-	2	2	4	3

Tabel 8.1. Aantal etnische en regionale restaurants in Philadelphia, 1920-1980.

Categorie	1920	1930	1940	1950	1960	1970	1980
Oost-Aziatisch	8	23	22	31	55	66	122
Chinees	8	23	22	31	55	64	112
Japans	-	-	-	-	-	2	7
Overig	-	-	-	-	-	-	3
Zuid-Aziatisch	-	2	-	-	-	-	5
Latijns-Amerikaans	-	-	-	-	-	1	3
Noord-Amerikaans	-	-	2	-	2	5	11
Overig	-	-	-	1	-	-	-
Totaal	23	50	64	92	125	170	253
Aantal inwoners per restaurant (x 1.000)	79.3	39.0	38.6	22.5	16.0	11.5	6.7

Bron: W. Zelinsky, 1985, p. 55.

Wat opvalt is de krachtige groei van het aantal Chinese restaurants, die vooral heeft plaatsgevonden vanaf de tweede helft van de jaren zestig.

Hoewel het hier slechts om de ontwikkeling van de etnische restaurantsector in één grote stad gaat, mag er van worden uitgegaan, dat andere Amerikaanse steden een soortgelijk patroon laten zien. Met name in de grote stedelijke agglomeraties van San Francisco en New York, waar zich van oudsher grote aantallen Chinese migranten hebben gevestigd, is de groei van de Chinese horecasector opmerkelijk geweest.

8.2.2 Expansie van de Chinese horecasector in Amerika

De expansie van de Chinese restaurants heeft zich vooral voltrokken vanaf de tweede helft van de jaren zestig, toen grote aantallen Chinese migranten naar Amerika trokken. Sinds die tijd zijn ook verschillende Chinese keukens in Amerika geïntroduceerd. Was het vóór die periode vooral de Kantonese keuken die populair was, tegenwoordig kan de klant een keuze maken uit maar liefst 18 verschillende streekgebonden keukens. Deze groei van het aantal Chinese restaurants is overigens niet gelijkmatig over het land verspreid. In sommige gebieden is de omvang van de Chinese horecasector aanzienlijk groter dan op andere plaatsen. Zo wonen er in de regio New York sinds de jaren negentig meer dan 350.000 personen van Chinese afkomst. Een vijfde deel van hen woont in of in de directe nabijheid van New York's Chinatown (Karnow, 1994:93). Het aantal Chinese restaurants in deze regio nadert de 5.000. Het is mogelijk dat er een samenhang bestaat tussen het aantal Chinese res-

taurants en de omvang van de Chinese populatie in deze regio, maar in het algemeen moet worden geconcludeerd dat er slechts een minimale samenhang is tussen enerzijds de omvang van een bepaalde etnische restaurantsector en anderzijds de omvang en spreiding van de desbetreffende migrantenpopulatie. Hoewel het aandeel Amerikanen van Chinese afkomst niet meer dan één procent van de totale Amerikaanse populatie omvat, bestaat namelijk ongeveer een derde van de 100.000 etnische eetgelegenheden die Amerika telt uit Chinese restaurants! Deze oosterse keuken was in 1993 goed voor een jaaromzet van negen miljard dollar.

De meeste etnische restaurants bevinden zich in de grote steden. Uit een onderzoek in 271 stedelijke agglomeraties in Amerika bleek, dat er omstreeks 1980 meer dan 26.500 etnische eetgelegenheden in die plaatsen gevestigd waren (Zelinsky, 1985). In tabel 8.2 wordt een overzicht gegeven van de 10 meest voorkomende keukens.

Tabel 8.2. Overzicht van de tien meest voorkomende etnische restaurants in 271 stedelijke agglomeraties in de Verenigde Staten, in 1980

Soort keuken	Aantal (absoluut)	Aandeel in procenten
Chinees	10.892	29.0
Italiaans	5.698	21.7
Mexicaans	4.841	20.4
Frans	1.408	5.0
Continentaal (internationaal)	1.139	4.5
Japans	1.083	4.3
Grieks	575	3.0
Duits	479	1.9
Joods	286	1.1
Spaans	266	1.0

Gegevens ontleend aan W. Zelinsky, 1985, pp. 57-58.

Het blijkt dat drie keukens, inclusief de streekgebonden specialisaties, het meest omvangrijk zijn. Binnen de categorie Oost-Aziatische restaurants neemt de Chinese keuken de eerste plaats in. De Italiaanse keuken is met bijna 5.700 eetgelegenheden het sterkst vertegenwoordigd binnen de categorie Europese restaurants. De tweede plaats wordt daar ingenomen door de Franse keuken met ongeveer 1.400 restaurants, terwijl het aantal Nederlandse eetgelegenheden acht bedraagt. In de categorie Latijns-Amerikaanse restaurants neemt de Mexicaanse keuken met ruim 4.800 eetgelegenheden de eerste plaats in. De Chinese, Italiaanse en Mexicaanse keukens nemen gezamenlijk meer dan 70% van de etnische horecasector voor hun rekening. Het aantal Chinese restaurants neemt met 29% van alle etnische eetgelegenheden het grootste aandeel in (Zelinsky, 1985:63).

Een aantal aspecten springt bij nadere beschouwing in het oog. In de eerste plaats blijkt het aantal etnische restaurants per stedelijke agglomeratie aanzienlijk te verschillen. In sommige agglomeraties zijn er nauwelijks etnische eetgelegenheden te vinden, terwijl er in de stad New York ruim 3.000 etnische restaurants zijn.

In de tweede plaats valt op dat het aandeel van de etnische restaurants in sommige staten veel groter is dan in andere staten. De meeste etnische eetgelegenheden zijn te vinden aan de westkust en in het noordoosten van Amerika. Met uitzondering van de staten Florida, Texas en Oklahoma tellen het zuiden en het midwesten van Amerika de kleinste concentraties etnische restaurants. Zeer waarschijnlijk hangt dat samen met het feit dat in die gebieden relatief weinig migranten wonen en het welvaartsniveau daar lager is. Bovendien staan de zuidelijke staten bekend als een gebied dat minder openstaat voor culturele innovatie (Zelinsky, 1985:59). Overigens is het niet altijd zo dat in centra waar zich relatief veel migranten bevinden ook veel etnische restaurants zijn gevestigd. In plaatsen als Detroit en Cleveland in het noordoosten van Amerika bevinden zich, ondanks het feit dat daar naar verhouding veel immigranten zijn gevestigd, relatief weinig etnische eetgelegenheden. Ook hier speelt de relatief lagere levensstandaard mogelijk een rol.

In de derde plaats kan worden vastgesteld dat in plaatsen die veel toeristen trekken, zoals New York, Las Vegas, Miami, Honolulu, New Orleans en Washington ook veel etnische eetgelegenheden zijn. Dit geldt ook voor gebieden waar sprake is van economische groei en waar zich in hoog tempo demografische ontwikkelingen voordoen. Voorbeelden daarvan zijn Californië en het zuidwesten van Amerika waar zich in de afgelopen decennia grote aantallen migranten hebben gevestigd.

Uit het relatief grote aandeel etnische restaurants met een Oost-Aziatische, Europees-Romaanse en Mexicaanse keuken kan worden geconcludeerd dat deze keukens kennelijk goed in de smaak vallen bij de Amerikaanse bevolking. Dit in tegenstelling tot bijvoorbeeld de Engelse, Ierse, Scandinavische of Duitse keuken die qua gebruik van ingrediënten en wat de smaak van de gerechten betreft veel gelijkenis vertonen met de traditionele Noord-Amerikaanse keuken. De populariteit van de Chinese keuken hangt mogelijk ook samen met de relatief geringe prijs die de bezoeker voor een maaltijd betaalt. De prijsverschillen blijken echter af te nemen en het blijft dan ook opmerkelijk hoe Chinese restaurateurs in staat zijn de toenemende concurrentie het hoofd te bieden. In alle grote Amerikaanse steden zijn Chinese restaurants te vinden en worden nog steeds nieuwe eetgelegenheden geopend. Hoe spelen deze Chinese ondernemers dat klaar?

8.2.3 *Kenmerken van het Chinees ondernemerschap*

Evenals in Nederland het geval is, kunnen ook bij de Chinezen in Amerika verschillende sociaal-culturele kenmerken worden onderscheiden, die een belangrijke bijdrage hebben geleverd aan het succes van de Chinese ondernemers in de horeca. In relatie tot het ondernemerschap onderscheidt Wong (1982) een aantal karakteristieke eigenschappen. In de eerste plaats spelen verwantschap, vriendschap en de plaats van herkomst een belangrijke rol in de onderlinge verhoudingen. Verwantschap wordt wel beschouwd als het belangrijkste kenmerk. Vriendschap kan soms leiden tot quasi-verwantschap, in die zin dat vrienden elkaar opnemen in elkaars netwerk van verwanten. Ook de plaats of streek waar men geboren is, bepaalt hoe men met elkaar omgaat: het vergemakkelijkt de onderlinge communicatie en men is gewend aan elkaars gebruiken en gewoonten. Oorspronkelijk behoorden veel Chinese migranten in de Amerikaanse Chinatowns tot dezelfde lineage. Mensen die afkomstig waren uit hetzelfde dorp werden beschouwd als afstammelingen van dezelfde voorouders. Deze onderlinge banden werden gebruikt om bepaalde doelen te bereiken: emigratie, opvang, het vinden van een baan en het starten van een eigen bedrijf. Veel bedrijven die vóór 1965 zijn opgericht, zijn gestart op basis van een samenwerkingsrelatie tussen familieleden. In de loop der jaren werden ook vrienden en mensen die uit dezelfde streek afkomstig waren of hetzelfde dialect spraken in deze netwerken opgenomen. In verschillende Chinatowns vindt men dan ook vooral inwoners met dezelfde familienaam of mensen die uit dezelfde streek afkomstig zijn. Zo treft men in Chicago veel families aan met de naam Lee, Moy of Chan, terwijl in New York's Chinatown de namen Wong, Chin en Eng veel voorkomen.

Een tweede kenmerk vormt de verwevenheid van arbeid en verwantschap. In de westerse wereld worden verwantschap en daarmee gepaard gaande praktijken van nepotisme niet zelden gezien als een obstakel voor economische vooruitgang. Chinese ondernemers ervaren het gebrek aan verwanten en vrienden daarentegen vaak als een probleem bij de verdere ontwikkeling en uitbreiding van hun bedrijf. In de regel hechten Chinese zakenlieden veel waarde aan onafhankelijkheid en het dragen van verantwoordelijkheid voor hun eigen handelen. Dankzij de arbeidsinzet van familieleden is men in staat winst te maken en geld te sparen. De uitgaven binnen het gezin worden geminimaliseerd; door bijvoorbeeld gezamenlijk te eten worden de kosten voor het onderhoud beperkt. Hoewel gediscussieerd kan worden over de aanschaf van bepaalde goederen is het uiteindelijk het hoofd van de familie dat de beslissingen neemt. Aldus kan na een aantal jaren met het bijeen gespaarde kapitaal een eigen bedrijf worden gestart.

Binnen een bedrijf heeft elk lid zijn eigen, dagelijkse verantwoordelijkheden. Men vertrouwt elkaar en het is geoorloofd om fouten te maken. Het familiebedrijf fungeert aldus als een soort opleidingsplaats voor alle leden van het gezin en wordt gezien als de meest duurzame vorm van ondernemerschap. Er wordt kapitaal gegeneerd, doordat elk lid van de familie nauwelijks kosten maakt, onbetaald werkt en geld spaart. De vader van het gezin is niet alleen vader, maar treedt ook op als manager en beschermer van de familie. Het management in een Chinees bedrijf vertoont dan ook veel overeenkomsten met het leidinggeven aan een gezin. Verantwoordelijke posities, zoals die van bedrijfsleider, chef of kassier, worden, indien mogelijk, alle ingenomen door verwanten. Zij moeten harder werken dan buitenstaanders. Het familiebedrijf moet concurreren met andere bedrijven in dezelfde sector en om te overleven moet de winstmarge zo groot mogelijk zijn. Dat kan slechts worden bereikt door de familieleden geen of een zeer bescheiden loon te betalen. In veel kleine bedrijven slaagt men er wel in voldoende personeel uit de eigen familiekring te recrutereren, maar als het bedrijf zich uitbreidt of meer vestigingen worden geopend, is het vaak lastig voldoende werknemers in het eigen netwerk van verwanten te vinden. In dergelijke situaties worden buitenstaanders in dienst genomen die bereid zijn zich in te zetten voor het familiebedrijf. Meestal beginnen zij als keukenhulp of ober.

In de derde plaats worden in de Chinese horecasector lange werkdagen gemaakt. Arbeidstijden van 10 tot 15 uur per dag zijn 'normaal'. De meeste werknemers hebben in dat opzicht ook geen andere keus (Sung, 1976:173). Sommige restaurants zijn zelfs 24 uur per dag geopend en het personeel werkt daar in wisseldiensten. Omdat het loon dat de werknemers krijgen, laag is, is het gebruikelijk dat de fooien als deel van het salaris worden gezien. In verschillende restaurants eisen de werkgevers echter het grootste deel van deze fooien op. Met name in de weekeinden, als veel vakantiegangers en dagtoeristen de Chinatowns bezoeken, worden de restaurants druk bezocht. De lange werkdagen, het harde werken en de lage lonen maken het voor de werknemers vaak moeilijk plezier te vinden in hun baan. Voor vakantie is geen ruimte. Van het geld dat zij opzij kunnen leggen, worden ter compensatie vaak luxe artikelen gekocht, zoals stereo-apparatuur en auto's. Niettemin ziet een aantal van hen kans na twee of drie jaar sparen een reis naar Hong Kong te maken en sommigen kunnen na een aantal jaren zelfs een eigen restaurant openen. Veel nieuwe immigranten zijn echter na jarenlang gewerkt te hebben in de horeca gedesillusioneerd geraakt. Om hun familie in Hong Kong niet teleur te stellen, blijven zij doorwerken, maar eigenlijk zouden ze het liefst terugkeren (Wong, 1982:51). Ook komt het voor dat zij worden uitgebuit. Deze nieuwkomers zijn nog niet bekend met het leven in

Amerika. Ze hebben geen geld om in hun levensonderhoud te voorzien en missen de opleiding en vaardigheden om een passende baan te vinden. De horeca is dan de enige sector waar zij aan de slag kunnen en zij zijn bereid lange werkdagen te maken tegen een laag loon. Wanneer de positie van het personeel in de horeca wordt vergeleken met die van de arbeidskrachten in de naai-ateliers, blijken de arbeidsomstandigheden van laatstgenoemde categorie werknemers vaak beter te zijn. Een belangrijke reden daarvoor is, dat deze werknemers in de textielindustrie beschermd worden door vakbonden, terwijl dit niet het geval is voor het horeca-personeel. Ondanks pogingen van een aantal werknemers om daarin verandering te brengen, is men daarin tot op heden nog niet geslaagd.

Een vierde onderscheidend kenmerk heeft betrekking op de specifieke gezagsverhoudingen in veel Chinese bedrijven. Zoals opgemerkt spelen verwantschapsbanden en vriendschapsrelaties een belangrijke rol in het Chinese bedrijfsleven. Het gezag van de familie berust bij de vader. Als de vader met pensioen gaat, wordt de oudste zoon hoofd van het gezin. Verwanten van vaders kant krijgen de voorkeur bij het inschakelen in het bedrijf. Daarna volgen de verwanten van moeders kant. Pas als binnen de eigen familiekring geen geschikte kandidaten meer kunnen worden gevonden, wordt personeel aangetrokken uit hetzelfde dorp, veelal vrienden die hetzelfde dialect spreken.

Kleine bedrijven worden in de regel volledig gerund door één gezin. Dit geldt voor familierestaurants, kleine souvenirwinkels en kruideniers. Bij middelgrote bedrijven wordt het gezin geassisteerd door verwanten en buitenstaanders. De verantwoordelijke posities zijn echter in handen van familieleden (Wong, 1982:53). Beslissingen worden altijd door de vader van het gezin genomen. Als eigenaar van het bedrijf treedt hij ook op als beschermheer voor zijn werknemers. Hij is op de hoogte van allerlei regelingen, bijvoorbeeld betreffende immigratieprocedures en verzekeringen. Verwantschap, vriendschap, patroon-cliënt relaties en banden tussen de werkgever en de werknemers zijn aldus onderling weer met elkaar vervlochten. Het is in het belang van het bedrijf deze relaties goed te onderhouden. Gebeurt dat niet dan loopt men als werkgever het risico dat de motivatie van de werknemers afneemt en dat het personeel vaak afwezig is. Uiteindelijk loopt men zelfs het gevaar dat collega's erover gaan praten en dat men als een slechte werkgever bekend komt te staan. Het gevolg daarvan kan zijn dat men voortaan geen geschikt personeel meer kan aantrekken.

Naast deze vorm van bedrijfsorganisatie op basis van verwantschap, die vooral in kleine bedrijven waarneembaar is, bestaan er ook grootschalig opererende bedrijven, waarbij familiebanden niet meer op de eerste plaats staan. Deze grote restaurants,

met vaak meer dan 100 personeelsleden, zijn dikwijls in handen van verschillende aandeelhouders. Light heeft er op gewezen dat deze voorkeur voor het aangaan van partnerships bij Chinese ondernemers cultureel bepaald is (Light, 1972:18). Bij deze grotere bedrijven blijkt het gebrek aan voldoende managementervaring nogal eens te resulteren in een faillissement. Geregeld komt het dan ook voor dat zo'n restaurant na enige tijd van eigenaar wisselt. Het zijn overigens niet alleen deze grotere restaurateurs die problemen ondervinden. De Chinese ondernemers zien zich in het algemeen namelijk geconfronteerd met een aantal problemen die op termijn gevolgen kunnen hebben voor de continuïteit van hun bedrijf.

8.2.4 Problemen waarmee Chinese ondernemers worden geconfronteerd

De nieuwe immigranten die vanaf de tweede helft van de jaren zestig in Amerika arriveerden, waren in de regel volwassenen in de leeftijd van 20 tot 30 jaar. Zij zijn opgegroeid in een andere cultuur en in een ander sociaal-economisch milieu. Op reeds gevorderde leeftijd moeten zij vervolgens een bestaan opbouwen in een nieuwe samenleving. Het is voor hen vrijwel onmogelijk een passende baan te vinden op de reguliere arbeidsmarkt. De meesten zien zich dan ook gedwongen na verloop van tijd een eigen bedrijf te starten. Hun kennis van de Engelse taal is echter gering en bovendien beschikken zij zelden over voldoende ervaring als ondernemer. De mogelijkheden zijn daarom beperkt: de meeste ondernemingen zijn nog steeds gericht op een beperkt aantal branches, in het bijzonder de textielnijverheid, de kleinhandel en de horeca. Als zij uiteindelijk hun eigen bedrijf hebben opgezet, gaat het vaak primair om ondernemingen die afhankelijk zijn van een Chinese clientèle.

Eerder is gewezen op de lange werkdagen die door het personeel en de eigenaars van de Chinese restaurants worden gemaakt. Mede dankzij deze inspanning is men in staat een bedrijf van de grond te krijgen en draaiende te houden. De keerzijde hiervan is echter dat deze lange werkdagen een groot beslag leggen op het sociale leven van de betrokkenen (Wong, 1982:51). Als men thuiskomt, gaat men rusten en blijft er nauwelijks tijd over voor sociale contacten.

In het algemeen is er sprake van onvoldoende kennis op het terrein van marketing, financiën en management. De meeste ondernemers zijn niet goed voorbereid op de problemen die zich kunnen voordoen en in de praktijk blijkt ook dat zij daar moeilijk mee kunnen omgaan. Vanwege de kleine omvang van het bedrijf zijn zij ook niet gauw geneigd een beroep te doen op de diensten van een extern adviseur. In hun ogen is dat verspilling van geld. Mislukkingen en faillissementen zijn dan ook vaak te wijten aan verkeerde, dat wil zeggen niet op rationele gronden gemaakte inschattingen over de toekomstige mogelijkheden van het bedrijf (Szeto, 1980:33).

Vaak komt het voor dat men de slaagkans te hoog inschat. Door de prijs van het product zo laag mogelijk te houden, hoopt men zich staande te houden. Hoewel deze strategie op de korte termijn effectief kan zijn, is zij op de lange duur vaak funest voor het bedrijf. Promotie van het product vindt vooral plaats door middel van mond tot mond reclame of via advertenties in een krant. De toenemende concurrentie vereist echter ook een meer agressieve verkooptechniek, die bij de meeste Chinese werknemers ontbreekt.

Sinds de tweede helft van de jaren zestig zijn het vooral de nieuwe immigranten geweest die een eigen onderneming zijn begonnen. De in Amerika geboren Chinezen blijken steeds minder bereid te zijn een eigen onderneming te starten. Zij geven er de voorkeur aan bij een Amerikaans bedrijf als werknemer in dienst te treden (Szeto, 1980:27). Deze ontwikkeling kan nadelig zijn voor het voortbestaan van veel familiebedrijven, die als gevolg daarvan op de lange termijn geen natuurlijke opvolging meer kennen. Dit geldt met name voor de duizenden kleine familierestaurants in de diverse Chinatowns. Voorlopig doet deze opvolgingsproblematiek zich echter nog niet voor. Ondanks de problemen waarmee men wordt geconfronteerd, slagen velen er, dankzij hun doorzettingsvermogen en de steun van familie en verwanten, in om hun bedrijf te continueren.

Het Chinees restaurant is deel gaan uitmaken van de Amerikaanse samenleving. Om zich daarbinnen staande te houden, is het echter ook nodig dat de restaurateurs alert zijn op nieuwe ontwikkelingen die zich voordoen in de voedselbranche, tegemoet komen aan veranderende voorkeuren van de consument en het eten aldus voortdurend aanpassen aan de smaak van hun bezoekers. Op welke wijze krijgt dat aanpassingsproces gestalte?

8.2.5 *De Amerikanisering van de Chinese keuken*

In alle staten en in vrijwel alle grote steden van Amerika zijn Chinese restaurants gevestigd. De meeste restaurants zijn te vinden in de stedelijke agglomeraties, maar ook in middelgrote en kleine plaatsen treft men veel Chinese restaurants aan. Deze restaurants worden bezocht door verschillende klantenkringen. In de Chinatowns zijn het naast de Amerikaanse en buitenlandse toeristen, vooral de Chinezen zelf die de restaurants bezoeken. Deze restauranthouders opereren in een vrij gesloten commune. De Chinese restauranthouders buiten de Chinatowns vormen geen gesloten gemeenschap. Hun vorm van ondernemerschap steunt minder op wederzijdse hulp en onderlinge solidariteit. De onderlinge sociale banden bij deze immigranten zijn minder hecht dan bij de Chinezen die zich van oudsher in de Chinatowns bevinden. Men steunt minder op de hulp van familie en is minder gebonden door *blood*

and ties (Light, 1972). Zij zijn Amerikaans staatsburger, maar zijn zich er tevens van bewust dat zij Chinees zijn. De Chinese identiteit wordt gehandhaafd, ondanks hun economische aanpassing. Het behoud van hun cultuur en het deelnemen aan een niet-etnische markt worden door hen niet als twee onverenigbare elementen beschouwd (Wong, 1991).

Etnische restaurants die gevestigd zijn buiten een stedelijke agglomeratie zijn primair gericht op een externe markt. Het feit dat zij het voor wat betreft hun klantenkring vooral moeten hebben van Amerikaanse klanten en dat zij buiten een bestaande Chinese gemeenschap opereren, dwingt hen ertoe hun keuken aan te passen aan de smaak en eetgewoonten van deze externe klantenkring. Ondanks deze aanpassingen wordt de keuken in het algemeen niettemin geafficheerd als traditioneel of authentiek. Dit geldt uiteraard niet alleen voor de Chinese keuken, maar ook voor de andere keukens. Zo presenteren Italiaanse of Mexicaanse eetgelegenheden zich eveneens als authentiek, terwijl hun keuken zich vaak sterk heeft aangepast aan de smaak van de Amerikaanse klant. Wat wordt er eigenlijk bedoeld met authentiek eten?

Men zou kunnen stellen dat het op authentieke wijze bereiden van voedsel in een bepaalde keuken met zich meebrengt dat de gerechten worden bereid met dezelfde ingrediënten en volgens dezelfde bereidingswijze als in het thuisland. Met de Amerikanisering van een etnische keuken wordt dan bedoeld dat lokale en traditionele kenmerken van de keuken worden gemodificeerd (Lu & Fine, 1995). De in de nieuwe omgeving bereide en aan de smaak van het nieuwe publiek aangepaste maaltijd zou dan niet meer het predikaat authentiek verdienen. In de praktijk zijn waarden, normen en gewoonten echter voortdurend aan verandering onderhevig. Culturen zijn geen afgesloten, onveranderlijke systemen. Veranderingen in de omgeving beïnvloeden bepaalde tradities en dergelijke modificaties zijn waarschijnlijk het meest zichtbaar als het gaat om eetgewoonten en keukens. Door de jaren heen ondergaan bepaalde bereidingswijzen en voedselpatronen aanpassingen, bijvoorbeeld als gevolg van migratieprocessen, technologische ontwikkelingen, tekorten aan grondstoffen of veranderende opvattingen over gezond voedsel, zoals een toenemende voorkeur voor vetvrije producten en vegetarische maaltijden. De handhaving van een bepaalde keuken hangt dan ook nauw samen met het vermogen om zich aan deze veranderingen en wijzigende voorkeuren aan te passen. Waar het om gaat, is of de fundamentele kenmerken van het voedsel aanwezig blijven, verbonden blijven met cultureel bepaalde opvattingen daarover en door het publiek herkend worden als behorend bij een andere keuken.

8.2.6 *Grenzen van aanpassing*

De presentatie van een authentieke keuken, zo ook de Chinese, is gebonden aan sociaal-culturele en economische grenzen die door de markt worden opgelegd. Veel Chinezen die een maaltijd nuttigen in een Chinees restaurant in Amerika vinden dat het Chinese eten is veramerikaniseerd (Yancey, 1992:2). Uit onderzoek van Lu en Fine blijkt echter dat Amerikaanse klanten die mening niet zijn toegedaan (Lu & Fine, 1995:538). Zij vinden het voedsel voldoende authentiek en zijn zich niet of nauwelijks bewust van de aanpassingen die hebben plaatsgevonden. Het Chinese eten dat zij nuttigen, beantwoordt aan hun idee van een exotische maaltijd en wordt ook als zodanig geaccepteerd. Het blijkt dat het oordeel over de authenticiteit van een bepaalde keuken samenhangt met de opvattingen van de consument in een bepaalde sociale context. Zo kunnen Chinezen genieten van de oorspronkelijke smaak en frisheid van gestoomde vis en beschouwen zij de kop en de staart als een delicatessen. Amerikanen houden daar echter niet van. De voorkeur van Chinezen voor gerechten waarin dierlijke organen zijn verwerkt of specifieke lichaamsdelen, zoals varkenstong of eendenvoet, heeft niet alleen te maken met het feit dat zij deze gerechten smakelijk en voedzaam vinden, maar hangt ook samen met hun geloof in de eenheid van het menselijk lichaam (Rin, 1982). Amerikanen vinden dergelijke organen echter ongezond en onsmakelijk.

Ook economische factoren bepalen de mate van authenticiteit. Etnische eetgelegenheden opereren binnen een zeer concurrerende markt en om te overleven moeten de arbeidskosten en overige uitgaven zo laag mogelijk worden gehouden. Er moet een evenwicht worden gevonden tussen de kosten en de kwaliteit van het geboden voedsel. De restaurateur die zijn voedsel wil bereiden zoals te doen gebruikelijk is in China en daarvoor ook zijn grondstoffen importeert, heeft hogere kosten dan de eigenaar die gebruik maakt van de ingrediënten die in Amerika aanwezig zijn. Afgezien van dit kostenaspect is het ook niet raadzaam om de maaltijden met louter authentieke ingrediënten te bereiden, omdat het voedsel dan niet meer herkenbaar is voor de Amerikaanse klanten (Lu & Fine, 1995:541).

De vraag in hoeverre het voedsel in een bepaald restaurant als meer of minder authentiek wordt gewaardeerd, hangt mede af van de tradities en eetgewoonten van de consumenten in een bepaalde plaats of streek. Het eten in een Chinees restaurant in een kleine stad in het zuiden van Amerika kan door de plaatselijke bevolking als authentiek worden ervaren, terwijl dezelfde maaltijd in New York's Chinatown zeer waarschijnlijk als veramerikaniseerd zal worden beoordeeld. Met andere woorden, authenticiteit is meer verbonden met de perceptie van het publiek dan met het eten zelf (Shelton, 1990).

Het slagen als etnisch horeca-ondernemer hangt dan ook niet zozeer af van het vermogen om voedsel te bereiden zoals dat in het thuisland te doen gebruikelijk is, als wel van de vraag of het restaurant, met behoud van een aantal karakteristieke kenmerken van de traditionele keuken, in staat is tegemoet te komen aan de wensen en behoeften van het publiek ter plaatse. Dergelijke ontwikkelingen zijn ook waarneembaar in andere etnische keukens. Zo treft men in de maaltijden van veel Griekse restaurants in Amerika veel minder vet aan dan men in Griekenland gewend is en ziet men in Japanse restaurants veel minder gerechten met rauwe vis dan in Japan te doen gebruikelijk is (Hooker, 1981:352).

8.2.7 *Aanpassingsstrategieën en typen restaurants*

Dat de Chinese restaurateurs zich in de loop der jaren inderdaad hebben aangepast aan de behoeften en wensen van de Amerikaanse consument blijkt wel uit de diversiteit aan soorten keukens en typen restaurants die er inmiddels in Amerika te vinden zijn. Eerder werd opgemerkt dat Chinese restaurateurs rekening moeten houden met de sociaal-culturele context waarbinnen zij opereren en met de beperkingen die de markt hun oplegt. Door echter traditie, aanpassing en innovatie te combineren is het mogelijk aan de smaak van de Amerikaanse klant tegemoet te komen, terwijl de illusie van authenticiteit in stand wordt gehouden. Een tamelijk voor de hand liggende strategie ligt in het gebruik van exotische namen voor het restaurant, zoals Jade Lion, Lotus Flavor of Sechuan Gardens, maar andere strategieën worden eveneens toegepast. Zo kan men de bereidingswijze van bepaalde maaltijden aanpassen, hetgeen bijvoorbeeld gebeurt bij het bereiden van chow mein. In China wordt dit gerecht bereid door lange slierten bami eerst te koken en daarna te frituren. In veel Chinese restaurants in Amerika wordt de bami echter eerst gefrituurd, totdat deze knapperig is en vervolgens met een saus overgoten. De bami wordt ook korter gesneden, zodat de maaltijd met een vork kan worden genuttigd. Op die manier wordt tegemoet gekomen aan de voorkeur voor gebakken voedsel bij Amerikanen (Lu & Fine, 1995:542). Andere vormen van aanpassing bestaan uit het verwerken van andere ingrediënten in het gerecht, terwijl de wijze waarop het gerecht bereid wordt hetzelfde blijft. Zo wordt Mongoolse biefstuk in Amerika met veel meer suiker bereid dan men in China gewend is. Ook is het principe van zelfbediening geïntroduceerd en worden maaltijden sneller bereid en opgediend.

Wanneer gekeken wordt naar de verschillende typen eetgelegenheden zou een breed onderscheid kunnen worden gemaakt tussen de 'op consumptie gerichte restaurants' en de zogenaamde 'connaissance-georiënteerde restaurants' (Lu & Fine, 1995:544). De eerste categorie restaurants kenmerkt zich door een efficiënte organisatie, lage

prijzen en een beperkt aanbod van vooral populaire gerechten, zoals Mongoolse biefstuk, loempia's en 'sweet and sour chicken'. Er worden geen foaien verwacht en meestal biedt men een lopend buffet aan. Een voorbeeld daarvan is het restaurant 'China Palace' van de heer Lu, dat in 1994 werd geopend in Perris, een plaats in zuid-oost Californië. De heer Lu is afkomstig uit Vietnam en woonde 15 jaar in Parijs alvorens hij naar Amerika emigreerde. Zijn restaurant is zeven dagen per week geopend van 11 uur 's ochtends tot 11 uur 's avonds.

De heer Lu:

"Ik richt me op een breed publiek. Vandaar ook dat ik mijn zaak niet een Vietnamees, maar een Chinees restaurant noem. Voor 3,5 dollar kan men hier terecht voor een lunch en voor vijf dollar voor een diner. De klanten vinden mijn lopend buffet, met 20 verschillende gerechten, aantrekkelijk. Ik heb mijn gerechten aangepast aan de smaak van het publiek. Een aparte sectie vormt de 'salad bar', omdat de Amerikanen dat gewend zijn. Er zijn ook gerechten die eigenlijk niet thuishoren in de traditionele keuken, zoals 'chicken curry', gefrituurde banaan en een Koreaans groentegerecht. Het zijn gerechten die ook in Vietnam populair zijn, alleen moet je minder kruiden gebruiken. Op sommige dagen maak ik ook een kipgerecht volgens een Frans recept. De kip moet worden gekruid, gemarineerd in wijn en vervolgens in de oven worde gebraden. Om de kosten te drukken marineer ik de kip niet; in plaats daarvan bevochtig ik de kip tijdens het braden met Seven Up. Het effect is vrijwel hetzelfde. Ik kan de klanten voor die prijs zelfs een dessert van vruchten en jelly aanbieden. Dagelijks heb ik meer dan 100 klanten. Ze betalen vooraf. Voor de drank wordt apart betaald. Je hebt met dit systeem geen bedienend personeel nodig. Er staat iemand bij de kassa en er zijn twee personen die helpen met koken, de gerechten aanvullen en de tafels schoonmaken. Als de klanten klaar zijn, ruimen ze zelf hun bestek op. Deze formule blijkt hier aan te slaan."

Tot de eetgelegenheden die zich op het brede publiek richten, behoren ook de ketens van Chinese restaurateurs die zich in de fast food sector hebben begeven. Een voorbeeld daarvan is de 'Manchu Wok' keten, die reeds meer dan 200 vestigingen kent. Ook Amerikaanse bedrijven hebben in de Chinese keuken een nieuwe markt ontdekt. Zo heeft het bedrijf General Mills reeds verschillende Chinese restaurants geopend volgens dezelfde opzet. Klanten kunnen daar bijvoorbeeld op hun tafel eten bestellen via een computer. Deze restaurants zijn vooral te vinden in een aantal kustplaatsen (Karnow, 1994:89).

De tweede categorie eetgelegenheden, de connaisseur-georiënteerde restaurants, proberen zoveel mogelijk rekening te houden met de specifieke wensen van het publiek. De klanten verwachten, dat zij in deze restaurants de authentieke Chinese keuken krijgen voorgeschoteld. Er wordt veel service geboden, de sfeer is in het al-

gemeen formeel en de klant wordt het gevoel gegeven dat hij een avond uit is. Het menu telt een grote verscheidenheid aan gerechten en verschillende gangen. Er worden 'specialiteiten' aangeboden en sommige gerechten, zoals Peking eend of gesmoorde, hete vis, vereisen een vrij intensieve bereiding.

Er wordt gebruik gemaakt van kwalitatief goede ingrediënten en speciale sauzen, die soms pas na veelvuldig experimenteren tot stand zijn gekomen (Lu & Fine, 1995:546). Restaurants in Manhattan als 'Shun Lee Palace' en 'Tse Yang' presenteren zich als 'haute Chinese'. De 'Mandarin' in Hollywood wordt bezocht door de plaatselijke elite en het zeer chique 'Chinois' in Santa Monica staat bekend om zijn 'Cal-Asian cuisine'. Het presenteren van een authentieke keuken hoeft overigens niet te betekenen, dat men kleinschalig opereert. Het in 1989 in Boston geopende 'Wey Lu-s' is een zeer groot restaurant, een miniatuur van de Verboden Stad in Peking, waar dagelijks meer dan 5.000 maaltijden worden geserveerd (Karnow, 1994).

Ook heeft een aantal restaurateurs ervoor gekozen zich te richten op een specifieke niche binnen de markt. Het grote aantal Amerikanen van Joodse afkomst heeft verschillende restaurateurs er bijvoorbeeld toe aangezet zich vrijwel geheel op dat segment van de klanten te richten. Deze eetgelegenheden presenteren zich als koosjere Chinees en op de menukaart zijn sommige Chinese gerechten zelfs vervangen door Joodse titels. Zo is de Chinese Wantan soep vervangen door 'Kreplach'. Op Joodse feestdagen zijn sommige van deze restaurants ook gesloten. Zelfs de naam van het restaurant wordt soms aangepast aan de klantenkring, zoals de eigenaar van 'Genghis Cohen' met zijn restaurant in Los Angeles heeft gedaan. Overigens zijn soortgelijke ontwikkelingen waarneembaar in Jakarta en Tel Aviv, waar Chinese restaurateurs zich afficheren als koosjere Chinees. Een dergelijke eenzijdige gerichtheid op een bepaalde klantenkring brengt uiteraard ook risico's met zich mee. De eigenaar van de 'Moshe Dragon' in Rockville ondervond dat, toen omstreeks 1990 het gerucht de ronde deed, dat zijn koosjere eend niet helemaal zuiver was. Een panel van rabbijnen moest er aan te pas komen om het eten te keuren, maar zelfs dat mocht niet baten. Pas nadat het restaurant in handen was gekomen van een nieuwe eigenaar begon de zaak weer goed te draaien (Karnow, 1994:89).

8.3 DE CHINESE HORECASECTOR IN AMERIKA EN IN NEDERLAND: OVEREENKOMSTEN EN VERSCHILLEN

Wanneer de geschiedenis van de Chinese migranten in Amerika en die in Nederland met elkaar worden vergeleken, blijken er diverse overeenkomsten en verschillen te

kunnen worden waargenomen. Dit geldt zowel voor hun ervaringen in het algemeen, als specifiek met betrekking tot de ontwikkeling van de horecasector. In hoofdstuk 1 zijn verschillende modellen gepresenteerd die een verklaring beogen te geven voor het ontstaan en de verdere ontwikkeling van het etnisch ondernemerschap. Eveneens werd in hoofdstuk 1 het conceptuele kader besproken aan de hand waarvan inzicht zou kunnen worden geboden in de ontwikkelingen die zich in de loop der jaren hebben voorgedaan met betrekking tot de horecasector. In de schema's 8.1 en 8.2 zijn deze kaders waarbinnen het aanpassingsproces zich voltrekt in hoofdlijnen aangegeven voor respectievelijk Nederland en de Verenigde Staten van Amerika. Daarbij worden verschillende tijdseenheden onderscheiden. Per periode zijn de voornaamste ontwikkelingen vermeld die zich hebben voorgedaan op het niveau van de samenleving als geheel en op het niveau van de migrantengroepering. Tevens is aangegeven welke veranderingen zich hebben voorgedaan binnen de Chinese horecasector. Ten slotte is weergegeven vanuit welke modellen de ontwikkelingen binnen een bepaalde tijdsperiode kunnen worden verklaard. Bij dit overzicht kunnen nog de volgende kanttekeningen worden geplaatst. In de eerste plaats geven de jaartallen die de verschillende perioden markeren niet altijd een exact omslagpunt weer. Zo is wel bekend dat de eerste Chinese zeelieden in 1911 in Nederland arriveerden, maar is bijvoorbeeld niet aan te geven op welk tijdstip de crisis in het restaurantwezen exact aanvangt; wel kan worden gesteld dat duidelijke signalen van deze crisis omstreeks 1980 waarneembaar werden.

In de tweede plaats moet worden opgemerkt dat niet alleen maatschappelijke omstandigheden zich in de loop der jaren wijzigen, maar dat ook het karakter van bepaalde sociaal-culturele kenmerken kan veranderen. Zo kan de gerichtheid op het thuisland na een aantal jaren afnemen en kan de onderlinge solidariteit onder invloed van bepaalde maatschappelijke omstandigheden eroderen. Met andere woorden: groepsspecifieke eigenschappen kunnen een rol spelen bij het etnisch ondernemerschap, maar de betekenis daarvan kan per periode verschillen.

In het hierna volgende gedeelte zullen de voornaamste overeenkomsten en verschillen die zich hebben voorgedaan bij de aanpassingsprocessen van de populatie Chinezen in Nederland en de Verenigde Staten van Amerika, in het bijzonder met betrekking tot de Chinese horecasector, in beeld worden gebracht.

1. Bij beide migrantenpopulaties gaat het om mensen die primair door economische motieven daartoe aangezet, op zoek gaan naar betere bestaansmogelijkheden. In de nieuwe samenleving vonden deze 'goed beidskrachten werk in verschillende sectoren van de arbeidsmarkt. Het grootste deel van de Chinezen in Nederland

was werkzaam in de scheepvaart. Zij monsterden aan in de havenplaatsen Rotterdam en Amsterdam, waar zij tijdelijk verbleven, totdat er weer werk voor hen was. De Chinese migranten in Amerika waren op een breder front actief: onder meer als mijnwerker, bouwvakker, spoorwegarbeider, visser en boer.

2. In de regel ging het om de laagst betaalde banen aan de onderkant van de arbeidsmarkt. In hun rol van goedkope arbeidskrachten genoten de Chinese migranten nauwelijks enige rechtsbescherming. De Chinese zeelieden in Nederland waren vrijwel geheel afhankelijk van de reders, terwijl het lot van de Chinese arbeiders in Amerika, die in het algemeen op contractbasis te werk werden gesteld, in handen was van hun Amerikaanse werkgevers. Bovendien werden de Chinese werknemers zowel in Nederland als in Amerika door de inheemse arbeiders vijandig bejegend. De aanwezigheid van Chinezen in bepaalde segmenten van de arbeidsmarkt leidde in de regel ook tot protesten van de kant van de vakbonden, die spraken over oneerlijke concurrentie op de arbeidsmarkt.

3. Dergelijke gevoelens van afgunst en haat jegens de Chinezen brachten werkgevers en overheden, zowel in Amerika als in Nederland, er uiteindelijk toe een aantal discriminerende maatregelen te treffen. In Nederland werd deze vijandige houding nog eens versterkt door een aantal maatschappelijke en technologische ontwikkelingen die zich aan het eind van de jaren twintig voordeden. Als gevolg van de economische crisis waren vrijwel alle Chinese zeelieden werkloos geworden. In afwachting van betere tijden verbleven zij in de 'Chinatowns' van Rotterdam en Amsterdam. De introductie van motorschepen leidde er echter toe, dat er voor deze Chinese zeelieden, die vooral als stoker of tremmer werkzaam waren geweest, nauwelijks meer uitzicht was op werk in de scheepvaart. De handel in pindakoekjes bood een aantal van hen enige tijd verlichting, maar ook deze markt stortte na enkele jaren in. De toenemende vreemdelingenhaat die zich aan de vooravond van de Tweede Wereldoorlog begon te manifesteren, ging gepaard met de invoering van een aantal discriminerende maatregelen, zoals een verplichte persoonsregistratie voor in Nederland verblijvende Chinezen.

De maatregelen die door de werkgevers en de verschillende overheden in Amerika werden genomen, waren veel drastischer van aard. Aanvankelijk ging het nog om extra belastingheffingen en exportverboden, maar in de loop der jaren werden de mogelijkheden voor Chinese migranten steeds meer ingeperkt. Zo werd men uitgesloten van een groot aantal beroepen, mochten Chinese kinderen geen onderwijs volgen aan Amerikaanse scholen en mocht men geen land bezitten. Het hoogtepunt

vormde ongetwijfeld de Chinese Exclusion Act van 1882, die er toe leidde dat Chinezen Amerika niet meer mochten binnenkomen.

Tot een wettelijke uitsluiting van Chinese migranten is het in Nederland nooit gekomen. Daartoe was overigens ook geen aanleiding, aangezien de activiteiten in de scheepvaart als gevolg van de economische recessie vrijwel stil lagen en er dus ook geen werk voor Chinese zeelieden was. Dit betekende echter niet, dat van overheidswege enige zorg werd besteed aan de in Nederland verblijvende Chinezen. Het beleid was er daarentegen op gericht zoveel mogelijk werkloze Chinese zeelieden te repatriëren, omdat men bang was dat deze populatie migranten een blijvende sociale last zou vormen. In die opzet is de overheid ook redelijk geslaagd. Waren er in 1927 nog 3.200 geregistreerde Chinezen in Nederland, 10 jaar later was dit aantal gereduceerd tot 1.000. In de kern verschilde de houding van de Nederlandse overheid dus niet van die van de Amerikaanse overheid.

4. De meeste Chinese migranten in Nederland hadden zich teruggetrokken in de wijk Katendrecht te Rotterdam of in de binnenstad van Amsterdam. In dit opzicht is er eveneens een parallel te trekken met de ervaringen van de vooroorlogse Chinezen in Amerika. Ook in Amerika leidden de discriminerende maatregelen er namelijk toe dat de Chinese migranten zich gingen concentreren in een aantal etnische enclaves, de Chinatowns. Zoals er in Amsterdam en Rotterdam in de jaren twintig op zeer bescheiden schaal een etnische infrastructuur ontstond, ontwikkelde zich ook in de Chinatowns van een aantal grote steden in Amerika een etnische economie, waarvan de Chinese wasserij- en horecasector de belangrijkste niches waren.

5. De neiging van de Chinese migranten in Amerika om zich op de wasserijsector en het horecawezen toe te leggen was geen bewuste keuze. Aanvankelijk hebben zij namelijk geprobeerd een bestaan op te bouwen in andere sectoren van de arbeidsmarkt. Hun aanwezigheid aldaar leidde echter steeds tot jaloezie bij de inheemse bevolking. Het gevolg daarvan was dat zij steeds naar andere sectoren moesten uitwijken en uiteindelijk resulteerde dat proces in de ontwikkeling van de wasserij- en horecasector, beide terreinen waar men niet hoefde te concurreren met de blanke arbeidskrachten.

In Nederland kwam de ontwikkeling van de Chinese horecasector pas na de Tweede Wereldoorlog op gang. Als gevolg van een aantal economische en maatschappelijke ontwikkelingen werd een *opportunity structure* gecreëerd, die de in Nederland verblijvende Chinezen in de jaren vijftig de mogelijkheid bood carrière te maken in de horecasector. Daarvan hebben zij, zoals later zou blijken, met succes gebruik gemaakt. In dit geval was er dan ook wel sprake van een meer bewuste keuze.

6. 'Er is sprake van een verschil in omvang van beide vooroorlogse populaties. Als gevolg van het repatriëringsbeleid van de Nederlandse overheid was de populatie in Nederland verblijvende Chinese zeelieden aan het eind van de jaren dertig sterk gereduceerd. Nadat in 1882 de Chinese Exclusion Act van kracht werd, bleef de populatie Chinezen in Amerika vrijwel stabiel. Naar schatting ging het om ruim 70.000 personen, die zich, door de omstandigheden daartoe gedwongen, vooral hadden geconcentreerd in het centrum van een aantal grote steden, zoals San Francisco, New York en Los Angeles. Daar ontwikkelden zich de eerste etnische infrastructuren, die zich in de loop der jaren sterk zouden uitbreiden.

7. Vanaf de jaren twintig was er in Amerika al sprake van een redelijke groei van de Chinese horecasector. Deze eetgelegenheden werden vóór de oorlog reeds druk bezocht door het Amerikaanse publiek. Light schat dat rond de jaren dertig van de twintigste eeuw tenminste de helft van de in de Chinese restaurants geserveerde maaltijden bestemd was voor een westers publiek (Light, 1972:17). In dit opzicht verschilde de situatie in Amerika enigszins met die in Nederland. Zoals aangegeven in hoofdstuk 3 bestonden er vóór de Tweede Wereldoorlog reeds enkele tientallen Chinese eetgelegenheden in Nederland. Deze restaurants richtten zich primair op de eigen achterban en werden, enkele uitzonderingen daargelaten, nog niet frequent bezocht door het Nederlandse publiek.

8. Het feit dat de Chinese restaurateurs en wasserijhouders in Amerika actief waren in een sector waarin zij niet hoefden te concurreren met de inheemse bevolkingsgroep, betekende echter niet, dat zij geen problemen ondervonden. De plaatselijke overheden maakten het hen namelijk bijzonder moeilijk door eigenaren hogere belastingen op te leggen. Bovendien leidde de onderlinge concurrentie geregeld tot ruzies en meningsverschillen. Om deze geschillen op te lossen, werden in de eigen kring organisaties opgericht die zich ten doel stelden de belangen van de Chinese ondernemers te behartigen en onderlinge geschillen te beslechten. Deze organisaties speelden ook een rol bij de regulering van onderlinge concurrentie. In Nederland heeft een dergelijke ontwikkeling zich niet in die mate voorgedaan.

Schema 8.1. Historisch overzicht van belangrijke ontwikkelingen in de Chinese horecasector in Nederland in de periode 1911 tot heden.

	1911	1930	1945	1960	1980	1988	heden
• <i>Samenleving als geheel: maatschappelijke ontwikkelingen</i>	<ul style="list-style-type: none"> • staking van 1911 • vraag naar scheepspersoneel neemt toe na WO I 	<ul style="list-style-type: none"> • economische crisis • vervanging van stoomschepen door motorschepen • scherpe overheidscontrole • aanloop tot WO II • toenemende discriminatie van vreemdelingen 	<ul style="list-style-type: none"> • komst van repatrianten en Indische Nederlanders • periode van economische opbouw • mobiliteit neemt toe 	<ul style="list-style-type: none"> • toenemende welvaart • buitenshuis eten neemt toe • flexibel overheidsbeleid 	<ul style="list-style-type: none"> • economische recessie en werkloosheid • verscherpte controle door de overheid • toenemende concurrentie van andere uitheemse restaurants 	<ul style="list-style-type: none"> • opleving economie • strenger toelatingsbeleid en regelgeving 	
• <i>Kenmerken met betrekking tot de populatie Chinezen</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Chinese zeelieden arriveren in Nederland • Chinatowns in Rotterdam en Amsterdam 	<ul style="list-style-type: none"> • verslechterde leefomstandigheden • handel in pinda-koekjes 	<ul style="list-style-type: none"> • groei van Chinese populatie • ontwikkelen en gebruik maken van sociale netwerken • genereren van sociaal kapitaal 	<ul style="list-style-type: none"> • kettingmigratie • gezinshereniging 	<ul style="list-style-type: none"> • vergrijzing binnen de Chinese populatie • veranderende beroepsoriëntatie onder jongeren 	<ul style="list-style-type: none"> • toenemend gebruik van reguliere voorzieningen • tweede generatie actief op reguliere arbeidsmarkt • heroriëntatie op thuisland 	
• <i>Ontwikkelingen binnen de Chinese horecasector</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Pensions met eetgelegenheden voor Chinese zeelieden 	<ul style="list-style-type: none"> • eetgelegenheden ontwikkelen zich tot restaurants voor beperkte groep niet-Chinese klanten 	<ul style="list-style-type: none"> • kapitaalkrachtige Chinezen openen restaurants voor breder publiek • omzetting van Chinese naar Chinees-Indische restaurants • aanpassing aan smaak van repatrianten 	<ul style="list-style-type: none"> • (horizontale) expansie van de Chinese horecasector 	<ul style="list-style-type: none"> • crisis en stagnatie in de groei • sluiting van restaurants • heroriëntatie op toekomst 	<ul style="list-style-type: none"> • herpositionering (verticale) expansie • verzakelijking van economische activiteiten 	
• <i>Verklaringsmodel voor het ondernemerschap van de Chinese restauranteurs</i>	<ul style="list-style-type: none"> • beperkte opportunity structure • beperkte etnische infrastructuur 	<ul style="list-style-type: none"> • reactie op werkloosheid en discriminatie • sociaal-culturele eigenschappen 	<ul style="list-style-type: none"> • opportunity structure • etnische strategieën • sociaal-culturele eigenschappen 	<ul style="list-style-type: none"> • oorspronkelijke ondernemersmigratie • etnische hulpbronnen en strategieën • sociaal-culturele eigenschappen 	<ul style="list-style-type: none"> • (etnische) strategieën • sociaal-culturele eigenschappen 	<ul style="list-style-type: none"> • ontstaan van uitgebreide etnische infrastructuur • (etnische) strategieën • sociaal-culturele eigenschappen 	

Schema 8.2 Historisch overzicht van belangrijke ontwikkelingen in de Chinese horecasector in de Verenigde Staten van Amerika in de periode 1850 tot heden.

1850 heden	1882	1943	1965	1985	
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Samenleving als geheel: maatschappelijke ontwikkelingen</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • ontdekking van goud in Californië; • invoering contractarbeid-systeem; • vijandige houding van autochtone bevolking, jegens de Chinezen en uitvaardiging van discriminerende wetten 	<ul style="list-style-type: none"> • aanvaarden van Chinese Exclusion Act in 1882: immigratie van Chinezen wordt verboden; • groeiende anti-Chinese houding bij bevolking, overheid, werkgevers en vakbonden 	<ul style="list-style-type: none"> • opheffing Chinese Exclusion Act • beperkte, hernieuwde toelating van Chinese migranten 	<ul style="list-style-type: none"> • verruiming van quota-regeling voor Chinese migranten van 105 personen p/jaar naar 20.000 personen p/jaar • economische groei • toenemende mobiliteit 	<ul style="list-style-type: none"> • demografische ontwikkelingen en groei van migranten-populatie; • toenemende participatie van Chinese beroepsbeoefenaars in reguliere arbeidsmarkt
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Kenmerken met betrekking tot de populatie Chinezen</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • komst van grote aantallen Chinezen naar de VS; • concentratie van Chinese migranten in bepaalde regio's; • Chinese populatie actief in bepaalde arbeidssectoren (mijnen, visindustrie en wasserijsector); • toenemende discriminatie jegens Chinese populatie; • organisatie belangenbehartiging van de Chinese gemeenschap 	<ul style="list-style-type: none"> • als gevolg van opgelegde beperkingen zoeken naar andere bestaansmogelijkheden (spoorwegarbeid, handel) • ook aanwezigheid van studenten en wetenschappers • reductie van het aantal Chinese migranten • toenemende spreiding van Chinese populatie (oostkust, Canada) • vertraging van assimilatieproces 	<ul style="list-style-type: none"> • aanwezige populatie van 78.000 Chinezen breidt zich weer uit als gevolg van natuurlijke bevolkingsaanwas en immigratie • toenemende vestiging in steden en groei van Chinatowns • toename van aantal Chinese studenten en wetenschappers • gezinshereniging 	<ul style="list-style-type: none"> • sterke toename van Chinese bevolkingsgroep • evenwichtigere verhouding tussen het aandeel mannen en vrouwen • spreiding over meer staten; met name groei in de regio New York 	<ul style="list-style-type: none"> • vergrijzing binnen Chinese populatie; • veranderende beroepsoriëntatie bij jongeren; • toenemende onderscheid tussen recent gearriveerde en in Amerika geboren Chinezen; • groei van aantal organisaties binnen de Chinese gemeenschap en toenemend gebruik van reguliere voorzieningen;
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Ontwikkelingen binnen de Chinese horecasector</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Chinees voedsel voor zeelieden in logementen; • ontstaan van eerste restaurants in San Francisco; • clientèle aanvankelijk voornamelijk bestaand uit Chinese migranten; • langzamerhand ook autochtone bezoekers 	<ul style="list-style-type: none"> • Chinese koks in kampen langs spoorwegen en in huishoudingen; • pensionhouders stellen eetgelegenheden ook open voor autochtone bevolking; • ontstaan van theehuizen; • vanaf 1900: eerste Chinese restaurants aan oostkust • groeiende Chinese horecasector; • Chinatowns ontwikkelen zich tot toeristische attracties 	<ul style="list-style-type: none"> • gestage groei van Chinese horecasector • toename van diversiteit binnen de Chinese keuken 	<ul style="list-style-type: none"> • horizontale expansie van Chinese horecasector, met name in de Chinatowns; • toenemende specialisatie op deelmarkten; • aanpassing van Chinees voedsel aan smaak van autochtone bevolking 	<ul style="list-style-type: none"> • groeiende concurrentie • toenemende concentratie van etnische eetgelegenheden in stedelijke agglomeraties • herpositionering
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Verklaringsmodel voor het ondernemerschap van de Chinese restaurateurs</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • zeer beperkte opportunity structure • reactie op werkloosheid en discriminatie 	<ul style="list-style-type: none"> • beperkte opportunity structure • beperkte etnische infrastructuur • reactie op discriminatie en werkloosheid 	<ul style="list-style-type: none"> • toenemende opportunity structure; • uitgebreide etnische infrastructuur; • sociaal-culturele kenmerken • etnische hulpbronnen en strategieën 	<ul style="list-style-type: none"> • toenemende opportunity structure; • uitgebreide etnische infrastructuur; • sociaal-culturele kenmerken; • toenemend aanbod van etnische hulpbronnen 	<ul style="list-style-type: none"> • uitgebreide etnische infrastructuur • sociaal-culturele kenmerken • etnische hulpbronnen en -strategieën

9. De expansie van de Chinese horecasector heeft zich in beide landen vooral in de jaren zestig en zeventig voltrokken. Veertig procent van alle etnische eetgelegenheden in Nederland kan tot de Chinese horecasector worden gerekend. In Amerika bedraagt dat percentage bijna 30. Binnen het segment etnische eetgelegenheden nemen de Chinese restaurants daarmee in beide landen ook het grootste aandeel in. De toenemende welvaart, mobiliteit en vraag naar buitenshuis eten creëerde een opportunity structure waarvan de Chinese restaurateurs effectief gebruik hebben gemaakt. Specifiek voor de Nederlandse situatie is daarbij geweest, dat met de komst van enkele honderdduizenden repatrianten en Indische Nederlanders de mogelijkheden binnen dit segment van de arbeidsmarkt gunstig werden beïnvloed. In Amerika heeft de instroom van honderdduizenden Chinese migranten, mogelijk gemaakt door de verruiming van de quota-regeling in 1965, er mede toe geleid dat de Chinese horecasector in enkele decennia zeer sterk is uitgebreid.

10. Het zijn echter niet alleen deze algemene maatschappelijke ontwikkelingen geweest die tot de expansie van de Chinese horecasector hebben geleid. Daarnaast is deze groei namelijk ook mogelijk geweest dankzij een aantal groepsgebonden eigenschappen, die kenmerkend zijn voor de Chinese migrantenpopulatie. Hoe belangrijk dergelijke sociaal-culturele kenmerken, zoals solidariteit, verwantschapsbanden, loyaliteit en prestatiegerichtheid, evenals de aanwezigheid van etnische hulpbronnen in relatie tot het etnisch ondernemerschap kunnen zijn, is met name in hoofdstuk 5 uitvoerig belicht.

De aanwezigheid van netwerken waarbinnen nieuwkomers worden opgevangen, het maken van lange werkdagen en het kunnen beschikken over goedkope arbeidskrachten zijn daar in beide landen voorbeelden van. Het feit dat leden van het gezin en andere verwanten zich inzetten voor het bedrijf is, gezien de veelal smalle winstmarges, een belangrijke voorwaarde om het restaurant draaiende te houden. Zo maakte omstreeks 1980 63% van de Chinese ondernemingen in San Francisco gebruik van (onbetaalde) arbeid van familieleden (Szeto, 1980:22). In het algemeen blijken er, zoals uit tabel 8.3 blijkt, per gezin, verschillende leden in het bedrijf mee te werken.

Tabel 8.3. Overzicht van aantal werkenden per gezin in Chinese ondernemingen in

Aantal werkenden per gezin	Aantal
Aantal gezinnen	371.949
geen werkenden	29.546
één werkende	93.632
twee werkenden	177.186

drie of meer werkenden	71.585
------------------------	--------

Bron: 1990 Census of Population (1990CP-3-5), US Department of Commerce, Economics and Statistics Administration, August 1993.

Hoewel het hierbij niet specifiek om gezinsleden in het restaurantwezen gaat, mag er van worden uitgegaan dat met name in die sector meer gezinsleden actief zijn.

11. Ook de spaarzin van Chinese (potentiële) ondernemers kan worden gezien als een belangrijk kenmerk. Eerder werd uiteengezet hoe eigenaren en werknemers in Nederland gedurende een aantal jaren een deel van hun winst of loon opzij legden en vervolgens, al dan niet met van verwanten geleend, aanvullend kapitaal, hun zaak uitbreidden of een nieuw bedrijf begonnen.

In dit opzicht doet zich een belangrijk verschil voor met de situatie in Amerika. Hoewel deze handelwijze ook in dat land door (potentiële) ondernemers werd gehanteerd, was het daarnaast gebruikelijk om te werken met het zogenaamde 'roulerend krediet'. Light (1972) heeft dit systeem van het roulerend krediet, dat overigens ook door andere migrantengroeperingen werd gehanteerd, uitvoerig beschreven (Light, 1972:45-61). Het succes van het Chinees ondernemerschap in Amerika is volgens hem mede te danken aan deze mogelijkheid om kapitaal te accumuleren. Dit principe van het roulerend krediet, de 'Wui', stelde de Chinese migranten in staat om aan het benodigde geld te komen. Om daarvoor in aanmerking te komen, moesten deze mensen echter onderlinge relaties onderhouden die gebaseerd waren op verwantschap, vriendschap of gemeenschappelijke geboorteplaats. De genoemde methode gaat ervan uit dat elk lid een bepaald bedrag inlegt in een gemeenschappelijke pot. De hoogste bieder mag het totaal ingelegde bedrag gebruiken als startkapitaal. Vervolgens betaalt hij de overige contribuanten een bedrag met rente terug. Wie bijvoorbeeld in totaal 5.000 dollar leent uit een pot waaraan 20 personen een bijdrage hebben geleverd, betaalt in een periode van 20 maanden aan elke contribuant een bedrag van \$250 plus rente terug (Wong, 1982:45). Tegenwoordig werkt dit systeem echter niet meer adequaat. Sommige organisaties die daartoe in het verleden in het leven zijn geroepen, bestaan nog wel, maar steeds meer Chinese ondernemers geven er de voorkeur aan geld te lenen bij een bank. Een probleem is echter dat de leningen die zij van de bank krijgen in het algemeen klein zijn. Vandaar dat zij zich in de regel blijven richten op ondernemingen die weinig kapitaalintensieve investeringen vereisen en die arbeidsintensief zijn. Door gebruik te maken van de inzet van onbetaalde familie-arbeid zijn zij dan toch in staat het bedrijf draaiende te houden. Een andere manier om het benodigde startkapitaal bijeen te krijgen is het aangaan van partnerships.

12. Veel traditionele ondernemers stuiten vaak op moeilijkheden, wanneer zij van plan zijn het bedrijf uit te breiden. Aan de ene kant ontbreekt het hen aan een goed doordacht financieel plan, aan de andere kant komt het voor dat beoogde investeringen en uitbreidingen meer gebaseerd zijn op intuïtie dan op rationele overwegingen (Szeto, 1980:30). Daarmee wordt een andere overeenkomst aangestipt tussen de Chinese restaurateurs in Amerika en die in Nederland. Problemen met de Engelse dan wel de Nederlandse taal en onbekendheid met bestaande regelingen plaatsen de betrokken ondernemers en werknemers vaak voor problemen. In het algemeen blijken veel restaurateurs over onvoldoende kennis te beschikken op het terrein van financiën, management en marketing. Verschillende bedrijven zijn als gevolg daarvan dan ook failliet gegaan.

13. Mede onder druk van de toenemende concurrentie in de horecasector hebben veel restaurateurs zich georiënteerd op nieuwe mogelijkheden in de markt. Van oudsher zijn de Chinezen, evenals andere etnische restaurateurs, in staat geweest het voedsel aan te passen aan de smaak van de inheemse bezoekers. Dat proces kenmerkt zich door het experimenteren met ingrediënten en bereidingswijzen zonder daarbij de authenticiteit van de keuken verloren te laten gaan. Zowel in Nederland als in Amerika zijn de Chinese restaurateurs er steeds in geslaagd tegemoet te komen aan de veranderende marktontwikkelingen en voorkeuren van de klanten. Was het in de jaren zestig en zeventig in Nederland nog zo dat de restaurateurs in principe één standaardmenu konden aanbieden, sinds de jaren tachtig moeten zij veel meer moeite doen om bezoekers te trekken. Een actieve opstelling, gerichte promotie en diversificatie zijn steeds belangrijker geworden. Dit proces heeft er in beide landen toe geleid, dat binnen de Chinese horecasector specifieke niches zijn ontstaan. Er is een tweedeling opgetreden tussen enerzijds de kleinere familierestaurants en anderzijds de grotere, meestal luxe eetgelegenheden. Het aantal specialiteitenrestaurants, die zich kenmerken door de presentatie van streekgebonden keukens, is toegenomen, niet alleen in omvang, maar ook in diversiteit. Daarnaast heeft een aantal restaurateurs zich toegelegd op de fast food sector en catering service. Aldus proberen de Chinese horeca-ondernemers in te spelen op de behoeften en wensen vanuit de omgeving.

14. De groei van de Chinese horecasector in beide landen heeft er inmiddels toe geleid dat ongeveer 40% van alle etnische restaurants in Nederland een Chinese keuken presenteert, terwijl dat percentage in Amerika bijna 30 bedraagt. Wanneer het aandeel Chinese restaurants in beide landen wordt afgezet tegen het totaal aantal eetgelegenheden ontstaat er echter een ander beeld. Dan blijkt namelijk dat het aan-

tal Chinese restaurants in Nederland bijna 20% van de totale horecasector omvat, terwijl dat percentage in Amerika slechts 3 bedraagt. Hoe is dat verschil te verklaren? Ongetwijfeld hangt deze discrepantie samen met het feit, dat de totale omvang van de etnische restaurantsector in Amerika met 10% van het totaal reeds beduidend kleiner is dan die in Nederland, waar bijna 44% van alle eetgelegenheden een etnische keuken heeft. Daarmee wordt echter nog niet verklaard waarom de populariteit van de etnische keukens in Nederland en in Amerika zo van elkaar verschilt. Hoe komt het dat de etnische keukens in Nederland zo populair is? Duidelijke redenen daarvoor zijn moeilijk te geven. Hoewel er uiteraard specifiek Hollandse gerechten en schotels bestaan, is er eigenlijk nooit sprake geweest van een authentieke Hollandse keuken. Denkbaar is dat de afwezigheid van een dergelijke keuken, in combinatie met het ontbreken van een uitgaanstraditie, in dit verband een rol heeft gespeeld. De Chinese restaurateurs in Nederland hebben in feite als eersten een impuls gegeven aan het eten buitenshuis. Mogelijk speelt ook mee dat Nederland in het verleden koloniale banden met andere landen onderhield, als gevolg waarvan veel Nederlanders van oudsher bekend waren met het nuttigen van Oosters voedsel. Ook de geografische ligging van Nederland is in dit verband van belang. Door vakanties in het buitenland komen Nederlandse toeristen in aanraking met andere keukens, die vervolgens in Nederland worden geïntroduceerd. Zo is de opkomst van de Griekse keuken in de jaren tachtig mede een gevolg geweest van het toerisme naar dat land. Ook Amerikanen gaan uiteraard op vakantie, maar voor de meeste Amerikaanse vakantiegangers geldt echter dat zij vooral in eigen land een bestemming zoeken. Een laatste daarmee samenhangende reden zou kunnen zijn, dat Nederlandse consumenten in het algemeen meer openstaan voor innovatie, terwijl dat in Amerika, zeker in bepaalde gebieden, veel minder het geval is.

15. Een ander opvallend verschil tussen de Amerikaanse en de Nederlandse horecasector heeft betrekking op het feit dat het totaal aantal restaurants in Amerika niet alleen absoluut, maar ook in verhouding tot het aantal inwoners, veel groter is dan in Nederland. Wanneer naar die ratio wordt gekeken, blijkt dat er in Nederland één restaurant op ongeveer 1.600 inwoners bestaat, terwijl die verhouding in Amerika ongeveer 1 op 270 is. Hoe is dit verschil te verklaren? Ook in dit geval is het lastig daarop een duidelijk antwoord te geven. In ieder geval staat vast, dat Amerikanen meer buitenshuis eten dan Nederlanders. Volgens Lu en Fine (1995) wordt 50% van alle maaltijden in Amerika buiten de deur genuttigd. In tegenstelling tot de situatie in Nederland is het in Amerika gebruikelijk niet alleen het avondeten, maar ook de lunch en het ontbijt in een restaurant te nuttigen. Dat zoveel mensen in Amerika

buitenshuis kunnen eten, hangt mede samen met het feit dat de lonen in de Amerikaanse horeca lager zijn dan in Nederland, waardoor de producten goedkoper kunnen worden verkocht. Ongetwijfeld speelt ook mee, dat veel restaurants behoren tot de fast food sector. Deze eetgelegenheden, die zich kenmerken door een efficiënte bedrijfsorganisatie en snelle bediening, zijn populair bij een breed publiek en worden dan ook frequent bezocht. Zoals eerder opgemerkt hebben ook Chinese restaurateurs zich op deze markt begeven en het laat zich aanzien dat die ontwikkeling zich in de komende jaren doorzet. Zo werd 'Panda Express', waar de formule van het lopend buffet wordt gehanteerd, in de loop van de jaren zeventig opgericht door de in China geboren immigrant A. Cheung. Het bedrijf telde in het begin van de jaren negentig meer dan 100 vestigingen in 17 staten en er bestaan plannen om vóór het jaar 2.000 nog eens 150 filialen te openen (Karnow, 1994:89).

Ten slotte kan gewezen worden op de relatie tussen de toegenomen mobiliteit en de groei van het aantal drive-in restaurants in Amerika. De introductie van de auto heeft er reeds vanaf het begin van de jaren twintig van de twintigste eeuw toe geleid, dat langs de grotere wegen in Amerika dergelijke restaurants werden geopend (Hooper, 1981:27).

Met het aangeven van deze overeenkomsten en verschillen is tevens een antwoord gegeven op de vierde deelvraag van de probleemstelling. Uit het voorgaande is duidelijk geworden, dat het ontwikkelingstraject dat de Chinese migranten in Amerika en in Nederland hebben afgelegd zowel een aantal overeenkomsten als verschillen te zien geeft. De meest opvallende parallel daarbij is ongetwijfeld dat beide vooroorlogse migrantenpopulaties, zij het langs verschillende ontwikkelingstrajecten, in toenemende mate werden gemarginaliseerd. Pas na de Tweede Wereldoorlog werd hun een reële mogelijkheid geboden een bestaan op te bouwen in de nieuwe samenleving.

Ook wanneer specifiek wordt gekeken naar de ontwikkelingen binnen de Chinese horecasector zijn bepaalde parallellen waarneembaar tussen de ervaringen van de Chinese restaurateurs in beide landen. Gelet op de krachtige expansie van de Chinese horecasector die zich na de Tweede Wereldoorlog in beide landen heeft voorgedaan, kan worden geconcludeerd, dat de Chinese migranten succesvol zijn geweest in dit segment van de arbeidsmarkt. Dit gegeven is des te opmerkelijker wanneer men bedenkt, dat het aandeel van de populatie Chinezen in beide landen minder dan één procent van de totale bevolking omvat. Zoals uit het voorgaande eveneens kan worden opgemaakt, worden de Chinese restaurateurs ook met problemen geconfronteerd. De toenemende concurrentie van andere horeca-ondernemers, problemen bij de bedrijfsvoering, onbekendheid met de plaatselijke omstandigheden en nieuwe

marktontwikkelingen kunnen hen, zoals de geschiedenis van de Chinese horecasector in Nederland duidelijk maakt, voor de nodige problemen stellen.

8.4 SAMENVATTING EN CONCLUSIES IN HET LICHT VAN HET GEHANTEERDE CONCEPTUELE MODEL

In dit hoofdstuk zijn het ontstaan en de verdere ontwikkeling van de Chinese horecasector in chronologische volgorde besproken. In de schema's 8.1 en 8.2 is per tijdsperiode aangegeven welke veranderingen zich hebben voorgedaan binnen de samenleving en welke gevolgen deze hebben gehad voor de Chinese gemeenschap in het algemeen en voor de Chinese horecasector in Nederland en in de Verenigde Staten van Amerika in het bijzonder. Ook is geprobeerd aan te geven welke van de in hoofdstuk 1 gepresenteerde verklaringsmodellen voor het etnisch ondernemerschap van toepassing zijn geweest op het ondernemersgedrag van de Chinese restaurateurs.

Elk van de onderscheiden tijdsperioden kenmerkt zich door een specifieke context, waarbinnen zich bepaalde maatschappelijke veranderingen voordoen en politieke of sociaal-economische ontwikkelingen plaatsvinden die het ondernemersklimaat in positieve of negatieve zin kunnen beïnvloeden. Wanneer zich bijvoorbeeld op enig moment een bepaalde *opportunity structure* aandient, kunnen potentiële ondernemers daarop inspelen, maar of men vervolgens ook succesvol is, hangt mede af van aanwezige groepsspecifieke eigenschappen, zoals de hulpbronnen waarover men beschikt en de mogelijkheid bepaalde etnische strategieën toe te passen.

Men kan dit ook anders zien. Zo kan de start van een onderneming een reactie zijn op het feit dat men als werkloze niet aan de slag komt en gediscrimineerd wordt op de reguliere arbeidsmarkt. Een verscheidenheid van factoren die op verschillende niveaus op elkaar inwerken, kan er aldus toe leiden dat iemand ervoor kiest zelfstandig ondernemer te worden. Dat kan echter ook opgaan voor een bepaalde bevolkingsgroepering als geheel, zoals de geschiedenis van de Italiaanse ijsbereiders of van de Chinese horeca-ondernemers laat zien. In beide gevallen werd een specifieke niche ontdekt en vervolgens geëxploiteerd.

Zoals opgemerkt worden de ontwikkelingen die zich binnen een dergelijk segment van de arbeidsmarkt voordoen, beïnvloed door veranderingen die plaatsvinden binnen de desbetreffende migrantengroepering en binnen de samenleving als geheel. Echter, ook in tegengestelde richting vindt beïnvloeding plaats. Zo hebben veel Chinese obers en koks, die in de jaren zestig en zeventig hun beste krachten

hebben gegeven aan de opbouw van de Chinese horecasector, inmiddels een leeftijd bereikt waarop zij, vaak vroegtijdig en gedwongen, uit het arbeidsproces moeten treden. De samenleving wordt aldus geconfronteerd met een uitstoot van oudere werknemers, voor wie, vanwege de specifieke problematiek die daaraan gekoppeld is, nieuwe oplossingen moeten worden bedacht. Als gevolg van dergelijke ontwikkelingen binnen de Chinese horeca verandert op zijn beurt het karakter van de Chinese gemeenschap in Nederland.

In deze studie is geprobeerd om aannemelijk te maken dat het verblijf van de Chinese migranten in Nederland en in de Verenigde Staten van Amerika onder invloed van de geschetste ontwikkelingen kan leiden tot integratie of assimilatie, dan wel tot marginalisering of separatie. De vraag blijft echter wat er precies onder deze begrippen moet worden verstaan. Wanneer de studies naar aanpassingsprocessen van migranten in de afgelopen decennia onder de loep worden genomen, zouden, enigszins generaliserend gesteld, twee typen onderzoeksbenaderingen kunnen worden onderscheiden. Aan de ene kant van het spectrum bevinden zich de studies die vanuit een macro-perspectief uitspraken proberen te doen over het aanpassingsproces dat een bepaalde migrantengroepering als geheel in de loop der jaren heeft doorlopen. In de relevante literatuur op dit terrein worden verschillende eindstadia beschreven die een migrantengroepering na verloop van tijd kan bereiken (Van Amersfoort, 1986; Entzinger, 1984; Penninx, 1988; Berry e.a., 1992). De door de betrokken auteurs gebruikte terminologie en definities van bepaalde begrippen zijn vaak verschillend. Ook de specifieke invalshoek en de keuze voor de migrantengroeperingen die onderzocht worden, kunnen variëren. Waar de een bijvoorbeeld spreekt over 'segregatie' gebruikt de ander de term 'separatie'. Voorts richten sommige auteurs zich op een migrantengroepering als geheel, terwijl de aandacht bij andere onderzoekers primair uitgaat naar bijvoorbeeld de tweede generatie migranten.

Het voorgaande neemt echter niet weg dat er, in grote lijnen, een opvallende consensus bestaat over de verschillende ontwikkelingstrajecten die een migrantengroepering in de loop der jaren binnen een nieuwe samenleving kan afleggen. Om dit te illustreren kan de indeling van Berry e.a. (1992) als voorbeeld dienen. Deze auteurs gaan ervan uit, dat migranten proberen een plaats te verwerven in de maatschappij. Bij dit aanpassingsproces spelen twee factoren een belangrijke rol, namelijk de mate waarin men er de voorkeur aan geeft de eigen cultuur te handhaven en de mate waarin men streeft naar contact met leden van de ontvangende samenleving.

Zoals uit tabel 8.4 kan worden opgemaakt, is het resultaat van dit proces dat, afhankelijk van een combinatie van factoren, vier vormen van adaptatie mogelijk zijn, te weten integratie, assimilatie, separatie en marginalisatie.

Schema 8.3 Vier vormen van adaptatie

		behoefte aan behoud van de eigen cultuur	
		ja	nee
behoefte aan contact met de dominante groep	ja	integratie	assimilatie
	nee	separatie	marginalisatie

Bron: Berry e.a., 1992.

Wanneer het adaptatieproces erin resulteert dat de migrant de eigen cultuur handhaaft en frequente contacten onderhoudt met leden van de ontvangende samenleving, wordt gesproken van integratie. Als er geen belang wordt gehecht aan het behoud van de eigen cultuur, maar er wel naar gestreefd wordt geregeld contacten te onderhouden met leden van de autochtone bevolking is er sprake van assimilatie. Separatie is een vorm van aanpassing waarbij de migrant nauwelijks tot geen belang hecht aan contacten met de leden van de dominante groep en er tegelijkertijd naar streeft de eigen cultuur in stand te houden. Ten slotte wordt marginalisatie onderscheiden. In dat geval hecht de migrantengroepering vrijwel geen waarde aan het behoud van de eigen cultuur en zijn er ook nauwelijks contacten met leden van de autochtone bevolking. Aldus kan het aanpassingsproces van migrantengroeperingen resulteren in verschillende eindstadia.

De onderscheiden adaptatievormen geven zo een indruk van de wijze waarop een migrantengroepering zich aan de nieuwe omgeving kan aanpassen. In de regel gaat het echter om tamelijk grove indicaties. Zo wordt er met betrekking tot het aanpassingsproces van de Indische-Nederlanders niet zelden in vrij algemene termen geconcludeerd, dat er sprake zou zijn geweest van een vrijwel geruisloze assimilatie binnen de Nederlandse samenleving. Afgezien van de vraag of dat inderdaad het geval is geweest, zou men zich echter vooraf de vraag dienen te stellen of zo'n conclusie eigenlijk wel voor de gehele groepering Indische Nederlanders getrokken zou kunnen worden. In werkelijkheid gaat het immers om verschillende categorieën Indische-Nederlanders die over een tijdsbestek van ongeveer 20 jaar in verschillende golven in Nederland zijn gearriveerd. Nog afgezien van het tijdstip waarop men in Nederland aankwam, is ook de achtergrond van de betrokken categorie migranten bepalend voor het latere aanpassingsproces. Wie in de jaren zestig als spijtoptant arriveerde, had een andere uitgangspositie dan de KNIL-militair die vlak na de oorlog terugging naar Nederland. Ook binnen de in Nederland gevestigde groepering Peranakan Chinezen kunnen verschillende categorieën worden onderscheiden, die gedeeltelijk weer hun specifieke kenmerken vertonen.

Dat het bij veel van dergelijke studies niet zelden gaat om vrij globale aanduidingen van de mate van aanpassing van een bepaalde migrantengroepering is op zich niet zo verwonderlijk. Het betreffen in het algemeen immers ideaaltypische benaderingen die beogen om op het niveau van de migrantengroepering als geheel een beschrijving te geven van het aanpassingsproces dat de betrokken migranten hebben doorlopen, zonder daarbij expliciet aandacht te besteden aan de specifieke kenmerken van de verschillende categorieën die er binnen een migrantengroepering zijn te onderscheiden.

Aan de andere kant van het spectrum zijn het, voorzover zij zich bezighouden met onderzoek naar de positie van migranten, vooral gedragswetenschappers die geïnteresseerd zijn in specifieke verschijnselen, zoals attitudevorming, stereotypering, vooroordelen, taalverwerving of persoonlijkheidskenmerken van migranten. Veelal gaat het daarbij om experimenteel onderzoek, waarbij gewerkt wordt met kleine aantallen proefpersonen. Probleemstellingen die in dat kader aan de orde kunnen komen hebben bijvoorbeeld betrekking op de vraag “hoe bedreiging van een positief groepsbeeld het zelfstereotyperingsproces beïnvloedt” of “in welke mate de identificatie met de eigen groep van invloed is op de waarneming van de eigen groep en zichzelf”. De uitkomsten van dergelijke onderzoeken, die, ook weer tamelijk generaliserend gesteld, zouden kunnen worden gekenschetst als een benadering vanuit een micro-perspectief, zijn in de regel ‘hard’, maar hebben tegelijkertijd echter vaak een beperkte reikwijdte en zeggingskracht. De processen die zich in de realiteit afspelen zijn immers veel complexer dan in laboratoriumsituaties kunnen worden nabootst. Zo kan onvoldoende rekening worden gehouden met omgevingsfactoren, zoals de houding van de autochtone bevolking ten opzichte van de nieuwkomer, de economische omstandigheden waaronder men arriveert en de faciliteiten die de overheid biedt aan de migrantengroepering. Penninx (1994) spreekt in dat verband van de positietoewijzing van de kant van de overheid.

Met nadruk zij hier gesteld dat beide invalshoeken van belang zijn om het inzicht in het ontwikkelingstraject dat migrantengroeperingen doorlopen, te vergroten. Tegelijkertijd dient men echter steeds alert te zijn op het relatieve karakter van de reikwijdte van de uitspraken die in het kader van de twee genoemde benaderingen worden gedaan. Aan de ene kant is het niet eenvoudig om bijvoorbeeld de uitspraken van experimenteel onderzoek ook van toepassing te verklaren op de migrantengroepering als geheel. Aan de andere kant zou men zich kunnen afvragen of de uitspraken die

worden gedaan op een wat hoger abstractieniveau vaak niet te algemeen van aard zijn.

Het is verleidelijk om te concluderen dat een migrantengroepering na verloop van tijd een bepaald eindstadium heeft bereikt en dit te beschouwen als een afsluiting van het aanpassingsproces dat de betrokken groepering in de loop der jaren heeft doorlopen. Het risico is dan aanwezig dat daarmee een statisch beeld wordt gecreëerd, dat geen recht doet aan de werkelijkheid. In de realiteit gaat het immers om een dynamisch proces, waarbij zich bepaalde ontwikkelingen binnen verschillende sferen voordoen, die in de regel niet synchroon verlopen.

Door het aanpassingsproces van een migrantengroepering vanuit twee, elkaar aanvullende perspectieven te benaderen en door aandacht te vragen voor de interactie van een aantal processen die zich binnen verschillende sferen voordoen, maakt het in deze studie gehanteerde model het mogelijk de samenhang te zien tussen ontwikkelingen die zich op verschillende niveaus afspelen. Dat deze reeds in 1957 ontwikkelde benaderingswijze, die het meest recht lijkt te doen aan de werkelijkheid, ook thans nog niets aan zeggingskracht heeft ingeboet, blijkt wel uit het feit, dat ook meer recent gehanteerde benaderingswijzen een dergelijk uitgangspunt hanteren. Zo spreken Engbersen en Gabriëls (1995) in het door hen ontwikkelde conceptuele kader over 'sferen van integratie'. Deze invalshoek vertoont in verschillende opzichten een opvallende gelijkenis met de eerder genoemde benadering, die is ontleend aan Ellemers (1957).

Aan de hand van de beschrijving van een aantal institutionele sferen, zoals bijvoorbeeld de positie van de desbetreffende groepering op de arbeidsmarkt, de rechtspositie, het opleidingsniveau of de behoefte aan behoud van de eigen cultuur kan een globale indicatie worden gegeven van de mate van aanpassing van de migrantengroepering op een bepaald tijdstip, in termen van integratie, assimilatie, marginalisering of separatie. Het gehanteerde model voorziet erin om langs deze weg te komen tot een dergelijke indicatie. In die zin wijkt het ontwikkelde model niet af van de invalshoek van andere auteurs die het aanpassingsproces van migrantengroeperingen vanuit een breed perspectief benaderen. De gehanteerde invalshoek biedt echter ook de mogelijkheid de ontwikkelingen die zich op verschillende niveaus voordoen in onderlinge samenhang te bezien. Zo laten de schema's 8.1 en 8.2 zien hoe bepaalde ontwikkelingen, die zich in verschillende perioden binnen de Chinese horecasector hebben voorgedaan, samenhangen met een aantal maatschappelijke veranderingsprocessen en een aantal ontwikkelingen binnen de Chinese gemeenschap. Een belangrijke conclusie die op grond van die analyse kan worden getrokken, is, dat het niet mogelijk is om bepaalde ontwikkelingen binnen de Chinese ho-

recasector vanuit één bepaald model te verklaren. Op verschillende niveaus en binnen verschillende sferen vinden bepaalde ontwikkelingen plaats en doen zich bepaalde veranderingsprocessen voor die met elkaar interacteren en elkaar beïnvloeden. De effecten daarvan zijn afhankelijk van de specifieke context waarbinnen deze processen zich afspelen en de samenhang daartussen.

Het model gaat echter een stap verder. Deze benadering vestigt namelijk ook de aandacht op een aantal andere, meer specifieke processen, die het ontwikkelingstraject van een migrantengroepering beïnvloeden. Daardoor kan het aanpassingsproces dat een migrantengroepering doorloopt genuanceerder worden beschreven en attendeert het de onderzoeker erop ervoor te waken geen te algemene conclusies te formuleren. Enerzijds gebeurt dat door rekening te houden met het bestaan van verschillende categorieën migranten, die elk hun specifieke kenmerken vertonen en anderzijds door aandacht te besteden aan processen die zich binnen verschillende sferen voordoen.

Ten slotte wordt in het model het begrip aanpassing centraal gesteld. Hieronder wordt verstaan de mate waarin de samenstellende elementen van een proces (of van verschillende processen) zijn ondergebracht in een groter geheel. Aldus kan het aanpassingsproces van een migrantengroepering vanuit verschillende, elkaar aanvullende perspectieven worden benaderd. Met betrekking tot de migrantengroepering als geheel kunnen, over een langere periode bezien, uitspraken worden gedaan over het ontwikkelingstraject dat de desbetreffende groepering heeft afgelegd. Zo kan, zoals in deze studie ook is gebeurd, met betrekking tot de groepering vooroorlogse Chinezen in Nederland worden geconcludeerd dat er sprake is geweest van een proces van marginalisering, dat uiteindelijk heeft geleid tot separatie. Met betrekking tot de naoorlogse Chinezen in Nederland kan worden vastgesteld, dat er duidelijke indicatoren zijn die wijzen op een proces van toenemende integratie.

Wie echter daarnaast oog heeft voor de specifieke ontwikkelingen die zich in een aantal sferen en op verschillende niveaus voordoen, moet tegelijkertijd vaststellen, dat er sprake is van een complex geheel van diverse subprocessen, die niet synchroon verlopen. Vanuit dat perspectief kan, zoals eveneens in deze studie is gebeurd, bijvoorbeeld inzicht worden verkregen in de specifieke kenmerken van verschillende categorieën migranten, de onderlinge verhoudingen daartussen, gevoelens van ambivalentie en latente spanningsvelden. Het begrip aanpassing laat zich tegen die achtergrond niet meer zo eenvoudig vertalen in termen van marginalisering of integratie. Als er bijvoorbeeld met betrekking tot de naoorlogse Chinese migranten wordt geconcludeerd, dat er in de loop van een aantal decennia sprake is geweest van een proces van integratie, moet bij nadere beschouwing worden vastgesteld, dat dit proces vooral heeft plaatsgevonden binnen de economische sfeer.

In de sociaal-culturele sfeer is veel meer sprake geweest van een gedifferentieerde aanpassing, waarbij onder meer factoren als de taal die men spreekt, het land van herkomst en de genoten opleiding van invloed zijn geweest op de mate waarin verschillende categorieën migranten zich hebben weten aan te passen aan de nieuwe omstandigheden. Zo is het aanpassingsproces van de categorie oudere Chinezen, die geen Nederlands spreken of schrijven, anders verlopen dan die van de categorie jongeren, die veelal uitstekend Nederlands spreken, hoog zijn opgeleid en vaak een goede positie hebben verworven op de reguliere arbeidsmarkt. Het model maakt aldus duidelijk dat het aanpassingsproces van een migrantengroepering gezien moet worden als een geheel van met elkaar interacterende processen, die niet als vanzelfsprekend in een bepaalde richting hoeven te tenderen.

Ook de ontwikkeling die de Chinese horecasector in de afgelopen 50 jaar heeft doorgemaakt, laat zien hoe steeds sprake is geweest van een permanent proces van aanpassing, dat, afhankelijk van de tijdsperiode en de context waarbinnen dit plaatsvindt, kan leiden tot snelle expansie, maar ook tot stagnatie en een heroriëntering op de toekomst. Hoe zou die toekomst er voor de hedendaagse Chinese restaurateurs kunnen uitzien? Op basis van de bevindingen in deze studie verdienen drie ontwikkelingen, op afzonderlijke niveaus en met verschillende tijdsperspectieven, bijzondere aandacht.

In de eerste plaats doet zich thans het probleem van de opvolgingskwestie voor. Naar het zich laat aanzien, zal deze problematiek over 20 à 25 jaar urgent zijn. Het betreft hier een vraagstuk dat zich afspeelt binnen de Chinese horeca in relatie tot de Chinese groepering als geheel. De leden van de tweede generatie, de potentiële opvolgers in de horeca, zijn opgegroeid in een westerse omgeving. Als gevolg van hun ervaringen op school en hun omgang met Nederlandse vrienden en vriendinnen hebben zij gedeeltelijk een andere visie gekregen op het leven. Terwijl het voor de leden van de zogenaamde tussengeneratie, overigens vaak door de omstandigheden daartoe gedwongen, nog min of meer vanzelfsprekend was dat zij een carrière zouden opbouwen in de horeca, denken de jongere leden van de tweede generatie daar anders over. Laatstgenoemden vinden het niet aantrekkelijk om lange werkdagen te maken in de restaurants en proberen elders emplooi te vinden. Zeker de goed-opgeleiden onder hen slagen daar ook in. Daarmee is enerzijds een wens van veel ouders, namelijk het creëren van een betere toekomst voor de kinderen, in vervulling gegaan, maar is anderzijds een verwijdering ten opzichte van deze kinderen in gang gezet, die door veel ouders wordt betreurd. Vooralsnog is er binnen de Chinese beroepsbevolking voldoende potentieel aanwezig om continuering van de horecasector veilig te stellen. Het is echter van belang zich tijdig te bezinnen op de vraag op welke wijze adequaat op deze ontwikkeling kan worden ingespeeld.

Een tweede, met het voorgaande samenhangende, ontwikkeling doet zich voor op het niveau van de Chinese migrantengroepering als geheel in relatie tot de haar omringende samenleving. Zoals opgemerkt, hebben de meeste leden van de tweede generatie Chinezen van het begin af aan onderwijs gevolgd in Nederland. Een deel van hen was en is in staat een vervolgopleiding te volgen die perspectieven biedt op een goede baan op de reguliere arbeidsmarkt. Hier doet zich een interessante gelijkenis voor met het ontwikkelingstraject dat de eerdergenoemde Peranakan-Chinezen in het verleden hebben doorlopen. Eerder werd erop gewezen dat veel oudere Peranakan-Chinezen tot die generatie kinderen behoorden, die vaak als eersten uit hun familie wester onderwijs hebben genoten. Door te kiezen voor een studie wisten deze Chinese migranten in Indië zich verder te ontplooien en zich op de arbeidsmarkt een positie te verwerven buiten de vanoudsher voor hen bekende sectoren van handel en industrie.

De wijze waarop een deel van de Chinese jongeren die het onderwerp zijn van deze studie zich door middel van een vervolgopleiding heeft weten op te werken op de maatschappelijke ladder, vertoont overeenkomsten met het proces dat zich in het verleden heeft voorgedaan binnen de groepering Peranakan-Chinezen. Het lijkt erop dat hier het begin zichtbaar is van een nieuwe fase in het aanpassingsproces van de Chinese migrantengroepering aan de Nederlandse samenleving.

Hierbij moeten wel enkele kanttekeningen worden geplaatst. Allereerst moet worden bedacht, dat het bij de Peranakan Chinezen vooral de kinderen van welgestelde handelaren en ondernemers waren, die in staat werden gesteld dergelijke dure studies te volgen.

In de tweede plaats waren de Chinese ouders die hun kinderen in Indië of in Nederland een academische studie lieten volgen in meerdere of mindere mate Westers georiënteerd. Dat kon niet van alle destijds in Indië verblijvende Chinezen worden gezegd. Er was namelijk ook een stroming onder de Chinezen die de blik op China had gericht. Het zijn dus vooral de kinderen van de meer welgestelde, Westers georiënteerde Chinese migranten geweest, die in staat waren verder te studeren en buiten de etnische groep hoger op te klimmen. Het volgen van hoger onderwijs was in Indië pas mogelijk vanaf het begin van de twintigste eeuw. Vóór die tijd moest men naar Nederland gaan om aan een universiteit te kunnen studeren. In dat verband werd reeds gewezen op de aanwezigheid van uit Indië afkomstige Chinese studenten in Nederland aan het begin van deze eeuw. Een groot deel van deze studenten volgde een studie in de medische, economische of technische sfeer.

Het zal overigens duidelijk zijn dat de maatschappelijke omstandigheden waaronder dit proces van opwaartse mobiliteit indertijd in een koloniale samenleving heeft plaatsgevonden niet te vergelijken is met de huidige situatie in Nederland. Bij

de groepering Peranakan Chinezen heeft dit proces zich dan ook pas na enkele generaties kunnen inzetten. Bij de Chinese groepering in Nederland blijkt deze ontwikkeling zich reeds bij de leden van de tweede generatie voor te doen. Verwacht mag worden dat dit proces zich bij de derde generatie verder zal uitkristalliseren. Daarmee zal ook duidelijk worden dat het ondernemerschap van de Chinese restauranthouders als een eerste stap kan worden beschouwd in het aanpassingsproces van de Chinese migranten aan de Nederlandse maatschappij.

Een derde ontwikkeling die aandacht vereist, heeft zich in feite reeds sinds een aantal jaren in gang gezet, maar zal in de nabije toekomst nog van grote betekenis zijn. Deze ontwikkeling doet zich voor binnen de context van de Chinese horecasector op zich en heeft betrekking op de vraag of de Chinese restaurateurs in staat zijn om te blijven inspelen op veranderende marktontwikkelingen. Voor de toekomst van de Chinese horeca is het van groot belang dat zij in staat is het voedsel permanent aan te passen aan de veranderende smaak van het brede publiek en tegelijkertijd de authenticiteit van de keuken te bewaren. Deze aanpassingen van etnische ondernemers aan de wensen en behoeften van de consumenten in de nieuwe samenleving zijn bepalend voor het voortbestaan van de eigen cultuur. Van de etnische ondernemer wordt verwacht, dat hij voldoende oog heeft voor al deze verschillende wensen waarmee hij wordt geconfronteerd en tegemoet komt aan de diverse voorkeuren van verschillende consumentengroepen. Een dergelijke flexibele instelling biedt hem de mogelijkheid zich te concentreren op een bepaalde niche. Als gevolg daarvan modificeren zij ook hun eigen tradities. De Amerikanisering van de Chinese keuken is een proces van innovatie en het geven van nieuwe impulsen aan traditionele eetgewoonten. Hetzelfde geldt voor de aanpassing van de Chinese keuken in Nederland.

Deze vorm van aanpassing zou gezien kunnen worden als een manipulatie van etnische grenzen, maar dat zou een onjuiste weergave van de werkelijkheid zijn. Veel meer moet die worden beschouwd als een streven naar handhaving van deze grenzen tegen de achtergrond van een veranderende omgeving, of om de woorden van Van den Berghe (1984) te gebruiken: authenticiteit is voortdurend in ontwikkeling!