



Universiteit
Leiden
The Netherlands

Kansen voor het oprapen? Turkse en Surinaamse ondernemers in Den Haag 1980-2000

Wirken, Jade

Citation

Wirken, J. (2021). *Kansen voor het oprapen?: Turkse en Surinaamse ondernemers in Den Haag 1980-2000*.

Version: Not Applicable (or Unknown)

License: [License to inclusion and publication of a Bachelor or Master thesis in the Leiden University Student Repository](#)

Downloaded from: <https://hdl.handle.net/1887/3247627>

Note: To cite this publication please use the final published version (if applicable).

Kansen voor het oprapen?

Turkse en Surinaamse ondernemers in Den Haag 1980-2000



Universiteit Leiden

Scriptie

Leiden Universiteit ReMA History

Jade Wirken

Begeleider: Prof.dr. M.L.J.C. Schrover

Tweede Lezer: Dr. H.A. Feenstra

Datum: 01-12-2021

Aantal Woorden: 22.196 (excl. voetnoten & bibliografie)

Index

<u>Introductie</u>	03-11
Theoretisch kader	04-08
Historiografie	08-10
Structuur, Methode en Materiaal	10-11
1. <u>Migranten in Den Haag 1980-2000</u>	12-21
1.1 De Socio-economische Situatie 1980-2000	12-16
1.2 De Surinaamse gemeenschap in Den Haag	16-18
1.3 Turkse migranten in Den Haag	18-20
Conclusie	20-21
2. <u>De overheid en de benadering van Etnisch Ondernemerschap 1980-2000</u>	22-35
2.1 Beleidsontwikkelingen Etnisch ondernemerschap 1980-2000	22-27
2.2 Kapitaal en capaciteiten als focus	27-31
2.3 Invloed eigen cultuur als focus	31-34
Conclusie	34-35
3. <u>Haagse etnische ondernemers en hun verhaal</u>	36-58
3.1 Formele of Informele Netwerken?	36-42
3.2 Sectorspecifieke eigenschappen en etnische producten	42-49
3.3 Intersectionaliteit; gender, klasse en etniciteit	49-55
3.4 Ervaringen met het Haagse beleid	55-57
Conclusie	57-58
<u>Conclusie</u>	59-60
<u>Primaire Bronnen</u>	61-62
<u>Literatuur</u>	63-66
<u>Appendices</u>	67-21

Introductie

Migranten hebben een lange geschiedenis met het starten van zelfstandige ondernemingen in het aankomstland.¹ In veel studies wordt gesuggereerd dat dit komt doordat het voor migranten vaak makkelijker is om, met de weinige middelen die ze in veel gevallen hebben, een kleine onderneming te beginnen in plaats van op de arbeidsmarkt als werknemer te concurreren met niet-migranten. Bij het starten van een onderneming kunnen ze gebruik maken van hun sociale kapitaal en netwerk vanuit de migrantengemeenschap, waardoor het gemakkelijker wordt om de concurrentiestrijd aan te gaan. Dit wordt als verklaring gegeven waarom etnische minderheden oververtegenwoordigd zijn binnen de ondernemende sector.² Dit onderzoek analyseert de manier waarop migranten zichzelf in het verleden onderhielden door het starten van een onderneming in Nederland, specifiek in Den Haag.

Den Haag is namelijk één van die plaatsen waar migranten zich door de geschiedenis heen hebben gevestigd en waar zij ook hun eigen winkels en verenigingen hebben opgericht. In eerste instantie kwam het grootste percentage van deze migranten uit de buurlanden van Nederland. Vanaf 1970 vond er echter een verandering plaats in de samenstelling van de migrantenpopulatie. Vanaf dat moment kan worden gesproken over een migrantenpopulatie waarbij het merendeel afkomstig is uit een niet-westers land. Hierbij moet worden gedacht aan migranten uit Turkije, Marokko en Suriname.³ Tegelijkertijd zie je in deze periode dat deze specifieke groep niet-westerse migranten zich meer gaat richten op een andere manier van geld verdienen, namelijk door zelfstandig te ondernemen.⁴

Het onderzoeken van de relatie tussen ondernemerschap en migratie is een goede manier om naar de samenleving en de interactie met migrantengroepen te kijken. Om dit te doen moet echter eerst een definitie worden gegeven van wat ondernemerschap in de context van migratie precies inhoudt. Het zelfstandig ondernemen van migranten wordt in de literatuur ook wel 'etnisch ondernemerschap' genoemd. Hoewel de precieze definitie van zelfstandig ondernemen verschilt per land, kun je als je kijkt naar etnisch ondernemerschap zelfstandige ondernemingen van migranten zowel op de formele als informele arbeidsmarkt bekijken.⁵ Verder wordt er met de term etnisch ondernemen in de literatuur merendeels bedoeld op middelgrote minderheidsbedrijven, waarbij de ondernemer de brug vormt tussen klanten afkomstig uit de etnische groep en klanten zonder migratieachtergrond.⁶

De mogelijkheden die migranten kregen om een onderneming te starten zeggen veel over de kansen, rechtelijke positie en integratie in het aankomstland. Dit onderzoek zal een nieuw perspectief bieden op de debatten rondom etnisch ondernemerschap. Daarbij zal de nadruk worden gelegd op hoe verschillende groepen migranten het ondernemerschap

¹ I.H. Light & J.N. Paden, *Ethnic enterprise in America: Business and welfare among Chinese, Japanese, and Blacks* (Berkeley 1973).; R. Waldinger, H.E. Aldrich & R. Ward, *Immigrant Entrepreneurs: Immigrant and Ethnic Business in Western Industrial Societies* (California 1990).

² A. Zorlu, 'Goedkope arbeid als wondermiddel? De rekrutering van personeel in de Turkse confectie-industrie in Amsterdam', in: J. C. Rath & R. Kloosterman, *Rijp & Groen. Het zelfstandig ondernemerschap van immigranten in Nederland* (Amsterdam 1998) 143-156.

³ A. Cottaar, *Ik had een neef in Den Haag: nieuwkomers in de twintigste eeuw* (Zwolle 1998) 12-15.

⁴ Zorlu, 'Goedkope arbeid als wondermiddel?', 143-156.

⁵ R. Kloosterman & J.C. Rath (ed.), *Immigrant Entrepreneurs: Venturing Abroad in the Age of Globalization* (Oxford 2003).

⁶ E. Bonacich, 'A theory of middleman minorities', *American sociological review* (1973) 583-594.

aanpakten. Tevens zal er uitgebreid gekeken worden naar welke personen binnen de migrantengroepen een onderneming startten en wat voor een soort onderneming werd opgericht. Door verschillende groepen specifiek met elkaar te vergelijken, in dit geval Surinaamse en Turkse migranten, kan er in detail gekeken worden naar welke factoren een rol speelden bij het starten of onderhouden van een onderneming. Om dit te beantwoorden stelt deze studie de volgende vraag:

Welke factoren speelden een rol bij de mogelijkheden van Turkse en Surinaamse migranten om een onderneming te starten en onderhouden in Den Haag gedurende de periode 1980-2000?

Door te focussen op verschillende migrantengroepen binnen één specifieke Nederlandse stad, namelijk Den Haag, is het mogelijk om een beter grip te krijgen op de relatie tussen de eigenschappen van de migrantengroepen, economische mogelijkheden en het ontstaan van etnische ondernemingen. Het vernieuwende aspect van de studie is dat de vergelijking van de migrantengroepen het mogelijk maakt om ook met de lens van intersectionaliteit te kijken naar het onderwerp. Daarbij kan beter worden geanalyseerd hoe etniciteit, klasse en gender invloed uitoefenden op de mogelijkheden van de verschillende migranten.

Theoretisch kader

Om beter te kunnen begrijpen hoe bepaalde patronen zich lijken af te tekenen bij het ontstaan van ondernemingen van migranten, is het van belang om te kijken naar het theoretisch kader. Omwille daarvan maakt deze studie onderscheid tussen factoren die hierbij een rol spelen op drie verschillende niveaus, namelijk individueel, sectorspecifiek en structureel niveau.

Theorieën over de invloed van structuren en de samenleving

In de jaren '70 werd voornamelijk naar twee factoren gekeken om migranten en hun ondernemingen te analyseren, namelijk: sociaal kapitaal en etnische netwerken. Bij het bekijken van de factor sociaal kapitaal werd het ontstaan van etnische ondernemingen verklaard door de toegang van migranten tot bepaalde middelen. Beargumenteerd werd dat, groepen met weinig toegang tot sociaal kapitaal of economische en sociale middelen, minder snel geneigd waren om een onderneming op te richten.⁷ De toegang tot netwerken werd door andere academici binnen dit discours centraal gesteld. Hierbij heeft de omvang van sociale banden binnen een migrantengemeenschap invloed op het ontwikkelen van een vruchtbare omgeving voor het starten van ondernemingen binnen de groep.⁸ Deze voornamelijk socio-culturele lens wordt in recentere studies doorgezet, alleen wordt deze wel op een genuanceerdere manier toegepast. Zo is er het zogeheten '*contexts of reception*' kader dat stelt dat zowel op individueel, groeps en

⁷ Light & Paden, *Ethnic enterprise in America*.; I.H. Light & S. Gold, *Ethnic Economies* (New York 2000).

⁸ J. M. Sanders & V. Nee, 'Immigrant self-employment: The family as social capital and the value of human capital', *American sociological review* (1996) 231-249.

structureel niveau verschillende factoren een rol spelen bij het ontwikkelen van etnisch ondernemerschap. Op individueel niveau spelen kennis en economische middelen een rol. Op groepsniveau spelen het netwerk binnen de gemeenschap en het sociaal kapitaal een grote rol. Tenslotte wordt daaraan toegevoegd dat op structureel niveau de beleidsvoering van de overheid en de perceptie van de migrantengemeenschap binnen de samenleving ook van belang zijn bij het ontstaan van migrantenondernemingen.⁹

Binnen het theoretische debat over etnisch ondernemerschap vond er in de jaren '90 een verschuiving plaats naar een meer structurele aanpak in plaats van een aanpak met een socio-culturele lens. Dit gebeurde door gebruik te maken van de zogeheten '*mixed embeddedness*' aanpak. De *mixed embeddedness* aanpak gaat er van uit dat je het ontstaan en functioneren van etnische ondernemingen niet los kan zien van bepaalde maatschappelijke structuren waarin de ondernemingen zijn ingebed. Ten eerste kun je ondernemingen niet los zien van de marktwerking, waarin ondernemende migranten concurreren met ondernemingen van niet-migranten. Ten tweede is het van belang om het beleidskader van de overheid te onderzoeken waarbinnen de zelfstandig ondernemende migranten zich moeten bewegen.¹⁰

De zogeheten *opportunity structures* binnen een samenleving geven dus vorm aan de manier waarop ondernemingen van migranten kunnen ontstaan. Deze studie zal dan ook verder ingaan op zulke structurele processen die plaatsvinden en zal middels het onderzoeken van een specifieke casus hier meer inzicht in kunnen bieden.

Theorieën over sectorspecifieke factoren en niches

Behalve maatschappelijke en structurele factoren spelen ook sectorspecifieke factoren een rol bij etnisch ondernemerschap. In dit onderdeel zal gekeken worden naar theorieën over markt- en nichevorming bij etnische ondernemers. Deze theorieën geven een verklaring over waarom migranten bepaalde soorten bedrijven oprichten en het geeft een verklaring over waarom migranten in bepaalde branches succesvoller of oververtegenwoordigd zijn.

Ten eerste spelen bij de keuze voor een bepaalde sector door de migrant de toetredingseisen van deze sector een grote rol. Zo zijn laagdrempelige beroepen en ondernemingen, waar geen opleiding voor nodig is, toegankelijker voor migranten dan ondernemingen waar veel kennis voor nodig is. Migrant spreken namelijk misschien nog niet de taal en hebben (nog) geen erkende diploma's.¹¹ Tevens zijn financiën een factor bij de keuze van de sector. Zo zijn sectoren, waar weinig tot nauwelijks kapitaal voor nodig is om te starten, makkelijker om in te beginnen voor migranten met een veelal slechte socio-economische positie.¹² Als laatste speelt het bij sectorkeuze van de migrant een rol dat zij vaker kennis hebben van specifieke etnische producten. Dit zijn producten die van oorsprong voorkomen, of worden verkocht, in het land van herkomst. Naar deze producten is een vraag ontstaan door de nieuw gevestigde migrantengroep. De etnische ondernemer heeft bij uitstek kennis van deze producten

⁹ A. Portes & R.G. Rumbaut, *Immigrant America: a portrait*. Updated, and Expanded (California 2006).

¹⁰ Kloosterman & Rath (ed.), *Immigrant Entrepreneurs*.

¹¹ R. Kloosterman, J. van der Leun & J.C. Rath, 'Mixed Embeddedness: (In)formal Economic Activities and Immigrant Businesses in the Netherlands', *International Journal of Urban and Regional Research* 23(2) (1999) 252–266.

¹² H.E. Aldrich & R. Waldinger, 'Ethnicity and entrepreneurship', *Annual review of sociology* 16(1) (1990) 111-135.

en heeft vaak nog banden met leveranciers in het herkomstland.¹³ Het kan wel zo zijn dat deze etnische markt wordt gesatureerd en dat er tussen de migranten grote concurrentie ontstaat binnen de sector.¹⁴

Ten tweede speelt op sectorniveau een rol of er reeds andere migranten van de eigen groep werkzaam zijn binnen een bepaalde sector. Dit maakt het namelijk makkelijker voor nieuwe migranten om via het netwerk van de eigen groep te kunnen starten. Op deze manier kunnen er ook zogeheten etnische enclaves of etnische niches ontstaan. Dit soort enclaves en niches kunnen simpelweg worden gezien als een over-representatie van mensen afkomstig uit een bepaalde etnische groep in een bepaalde sector op de arbeidsmarkt.¹⁵ Een kenmerk van zulk soort enclaves is dat er in de enclaves veelal gebruik wordt gemaakt van de services en middelen van mensen binnen de etnische groep en deze is dan ook vaak gesloten voor buitenstaanders.¹⁶ Verschillende studies hebben beargumenteerd dat een dergelijke enclave of niche ervoor zorgt dat de banden binnen de etnische gemeenschap worden versterkt en dat dit zorgt voor een ondersteunend netwerk tussen de reeds gevestigde en nieuwe migranten.¹⁷

Ten derde speelt de perceptie van de bevolking van het ontvangende land een rol op sectorniveau. Zo kunnen de mensen van het ontvangende land een bepaald beeld of verwachting hebben van wat voor soort producten de nieuwe migranten zouden moeten verkopen naar aanleiding van hun etniciteit. Dit wordt ook wel *ethnicization* genoemd en het gaat over het proces waarbij bepaalde eigenschappen, relaties of services aan een migrantengroep worden toegekend die zij zichzelf niet direct zouden toekennen.¹⁸

Theorieën op individueel niveau en intersectionaliteit

De traditionele theoretische kaders voor het onderzoeken van etnisch ondernemerschap bieden een goed uitgangspunt voor het identificeren van belangrijke processen in het ontstaan van etnische ondernemingen bij bepaalde groepen. Echter vergeten zij vaak dieper in te gaan op de individuele personen achter de ondernemingen. Zo wordt zelden gekeken naar de rol van vrouwen binnen de ondernemingen van migranten. Tevens spelen etniciteit en klasse een belangrijke rol binnen marktsegregatie en nichevorming.¹⁹ Om deze onderwerpen en de interactie daartussen beter te belichten, wordt in dit deel van het theoretische kader ingegaan op intersectionaliteit binnen de studie naar etnisch ondernemerschap.

De intersectionaliteitstheorie gaat er van uit dat de categorieën van macht en identiteit, zoals gender, klasse, etniciteit en geloof elkaar doorsnijden. Om blijvende ongelijkheid in

¹³ Waldinger, Aldrich & Ward, *Immigrant Entrepreneurs*, 23.

¹⁴ H. Tillaart & E. Poutsma, *Een factor van betekenis. Zelfstandig ondernemerschap van allochtonen in Nederland* (Nijmegen 1998).

¹⁵ S. Model, 'The ethnic niche and the structure of opportunity: immigrants and minorities in New York city', in: M. Katz (ed.), *The 'Underclass' Debate: Views From History* (Princeton 1993) 161-193, aldaar 164.; Kloosterman & Rath (ed.), *Immigrant Entrepreneurs*; M. Schrover, 'Immigrant business and niche formation in a historical perspective. The Netherlands in the nineteenth century', *Journal of Ethnic and Migration Studies* 27(2) (2001) 295-311.

¹⁶ R. Waldinger, *Still the Promised City? African-Americans and New Immigrants in Postindustrial New York* (Cambridge 1996) 21.

¹⁷ A. Portes, & R.L. Bach, *Latin journey: Cuban and Mexican immigrants in the United States* (Berkeley 1985).

¹⁸ R. Chow, *The protestant ethnic and the spirit of capitalism* (New York 2002) 34.

¹⁹ M. Schrover, J. Van der Leun & C. Quispel, 'Niches, labour market segregation, ethnicity and gender', *Journal of ethnic and migration studies* 33(4) (2007) 529-540, aldaar 529-532.

samenlevingen te verklaren moeten de categorieën in samenhang met elkaar worden bestudeerd en moet er worden gekeken naar hoe dit betrekking heeft op de toegang van personen tot bepaalde middelen.²⁰ Als men de intersectionaliteitstheorie toepast op migranten en ondernemerschap blijkt dat de ervaringen binnen een bepaalde migrantengemeenschap kunnen verschillen per persoon en dat de combinatie van klasse, rechtelijke positie, etniciteit en gender een belangrijke rol spelen. Een paar recente studies hebben bestudeerd hoe deze verschillende aspecten met elkaar kruisen. Zo is recent het verschil geanalyseerd tussen de ondernemingen van zwarte, witte en Latijns-Amerikaanse immigranten in Houston. Er werd geconcludeerd dat de kruisingen van gender, klasse en etniciteit invloed hebben op de toegang van de desbetreffende migranten tot bepaalde soorten kapitaal en hun uiteindelijke succes als ondernemer.²¹ Hierop volgend hebben ook andere studies de nadruk gelegd op intersectionaliteit en etnisch ondernemerschap.²² Specifiek onderzoek naar de rol van gender in etnisch ondernemerschap wees uit dat de concentratie van vrouwelijke migranten in bepaalde niches minder was dan mannelijke migranten. Een verklaring hiervoor kan gegeven worden door te kijken naar de netwerken van zowel mannelijke als vrouwelijke migranten binnen dezelfde groep. Hieruit kan geconcludeerd worden dat deze drastisch verschillen van elkaar. Dit zou verklaard kunnen worden door de verschillen in het migratieproces tussen de mannen en de vrouwen, de beperkingen die ze tegen komen en de verschillen in het werk wat ze kiezen.²³

De bovengenoemde voorbeelden tonen aan dat een intersectionele aanpak vaak complex is en dat er in elke situatie vraag is naar een andere invalshoek: de aanpak is afhankelijk van de groep die wordt bestudeerd.

In onderstaande tabel zijn, naar aanleiding van de besproken theoretische kaders, de verschillende factoren die invloed hebben op etnisch ondernemerschap schematisch per niveau weergegeven. Hierbij zijn de factoren die naar verwachting binnen deze studie een grote rol zullen spelen vetgedrukt.

²⁰ K. Crenshaw, 'Demarginalizing the intersection of race and sex: A black feminist critique of antidiscrimination doctrine, feminist theory and antiracist politics', *u. Chi. Legal f.* (1989) 139.

²¹ Z. Valdez, *The new entrepreneurs: How race, class, and gender shape American enterprise* (Stanford 2011).

²² R. Barrett & N. Vershinina, 'Intersectionality of ethnic and entrepreneurial identities: a study of post-war Polish entrepreneurs in an English city', *Journal of Small Business Management* 55(3) (2017) 430-443.; M. Romero & Z. Valdez, 'Introduction to the special issue: Intersectionality and entrepreneurship', *Ethnic and Racial Studies* 39(9) (2016) 1553-1565.; M. Ishaq, A. Hussain & G. Whittam, 'Racism: A barrier to entry? Experiences of small ethnic minority retail businesses', *International Small Business Journal* 28(4) (2010) 362-377. ; J. Agius Vallejo & S. L. Canizales, 'Latino/a professionals as entrepreneurs: how race, class, and gender shape entrepreneurial incorporation', *Ethnic and Racial Studies* 39(9) (2016) 1637-1656.

²³ R. Wright & M. Ellis. 'The Ethnic and Gender Division of Labor Compared Among Immigrants to Los Angeles', *International journal of urban and regional research* 24(3) (2000) 583-600.

Tabel 1: Factoren die een rol spelen bij etnisch ondernemerschap uiteengezet per niveau. Dik gedrukt zijn de factoren die belangrijk worden geacht voor dit onderzoek.

Factoren per niveau		
Individueel	Sectorspecifiek	Samenleving en structuur
<u>Intersectionaliteit</u> - Klasse - Gender - Etniciteit - Religie <u>Sociaal kapitaal</u> - Opleiding	<u>Sector</u> - Niche vorming - Etnitization - Toegang via netwerk <u>Kenmerken beroep</u> - Startkapitaal - Laagdrempelig werk - Laaggeschoold werk	- Economie - Overheidsbeleid - Sociale normen/ discriminatie - Netwerkvorming onder migranten - Integratie

Historiografie

Etnisch ondernemerschap in Nederland in de twintigste eeuw is door academici onderzocht. Zo is er door voornamelijk sociologen onderzoek gedaan naar verschillende migrantengroepen en hun ondernemingen. Bovenkerk (et.al.) onderzocht bijvoorbeeld Italiaanse arbeidsmigranten en hun rol als zelfstandige ijskar-ondernemers.²⁴ Een andere studie keek naar de betrokkenheid van Turkse migranten in de Amsterdamse kledingsector in de jaren '80.²⁵ Deze onderzoeken waren verkennende werken en richtten zich voornamelijk op de socio-culturele eigenschappen van de verschillende groepen en welke uitwerking zij hadden op ondernemerschap. Zo deed Rijkschroeff onderzoek naar Chinese ondernemers in Nederland binnen de horecasector. Hij concludeerde dat de socio-culturele kenmerken van de Chinese migrantengroep invloed uitoefenden op hun aanpassing aan de Nederlandse samenleving, maar dat zij tegelijkertijd ook grote invloed uitoefenden op de Nederlandse horecasector met het starten van bijvoorbeeld Chinese restaurants.²⁶ Ook de ondernemingen van Surinamers in Amsterdam zijn geanalyseerd. Hierbij viel op dat ondanks dat de Surinamers vanuit dezelfde plaats waren geëmigreerd, er binnen de grote groep verschil was in succes. Zo waren de Creoolse migranten minder actief als ondernemer dan de Hindoestanen of Chinese migranten uit Suriname.²⁷ Verder hebben academici gekeken naar de rol van religie binnen het starten van ondernemingen. Dit is

²⁴ F. Bovenkerk, A. Eijken & W. Bovenkerk-Teerink, *Italiaans ijs. De opmerkelijke historie van de Italiaanse ijsbereiders in Nederland* (Amsterdam 1983); F. Bovenkerk, A. Eijken & L. Ruland, *IJscmannen en schoorsteenvegers. Italiaanse ambachtslieden in Nederland* (Amsterdam 2004).

²⁵ S. Raes, *Migrating enterprise and migrant entrepreneurship: how fashion and migration have changed the spatial organisation of clothing supply to consumers in the Netherlands* (Amsterdam 2000).

²⁶ B. R. Rijkschroeff, *Etnisch ondernemerschap: de Chinese horecasector in Nederland en in de Verenigde Staten van Amerika* (Groningen 1998).

²⁷ J. Boissevain & H. Grotenbreg, 'Culture, structure and ethnic enterprise: the Surinamese of Amsterdam', *Ethnic and Racial studies* 9(1) (1986) 1-23.

bijvoorbeeld het geval bij de studie naar Islamitische slagerijen in Nederland. In dit onderzoek kwam onder meer naar boven, dat met de jaren de competitie tussen Islamitische slaggers erg was toegenomen en dat de markt beperkt bleef tot de eigen gemeenschap. Hierdoor gingen veel slaggers al snel na de start failliet.²⁸ Naast de studie van meer traditionele ondernemingssectoren en de rol van migranten daarbinnen is er ook onderzoek verricht naar informele of illegale ondernemingen en de betrokkenheid van migranten binnen deze netwerken. De studie naar de rol van Marokkaanse migranten in Nederland en hun betrokkenheid in de drugshandel is hier een voorbeeld van.²⁹

De meeste van deze bovengenoemde studies richten zich dus op de socio-culturele kenmerken van de geanalyseerde migrantengroepen en trachten op die manier hun ondernemerschap te verklaren. Latere studies pogen echter ook de structurele economische en sociale aspecten die een rol spelen bij etnisch ondernemerschap naar boven te halen. De onderzoeken van Rath en Kloosterman, waarbij *mixed embeddedness* en sociale- en economische structuren een grote rol spelen, zijn hier een voorbeeld van.³⁰ Recentere studies over etnisch ondernemerschap in Nederland volgen in deze voetstappen. Rušinović voegt hierbij aan toe dat naast het onderzoeken van de eerste generatie, het onderzoeken van de tweede generatie migranten eveneens van belang is. In deze studie wordt aangetoond dat de tweede generatie gezien hun betere beheersing van de taal, betere integratie en hogere opleidingsniveau, vaker binnen formelere netwerken en meer mainstream sectoren als bijvoorbeeld de IT-sector actief zijn. Deze verschuiving leidt volgens Rušinović in meer gevallen tot succes.³¹ Verder krijgen ook eerder minder belichte groepen meer aandacht binnen de literatuur. Essers (etal.) onderzocht bijvoorbeeld zelfstandige vrouwelijke ondernemers van Turkse en Marokkaanse afkomst in Nederland en concludeerde dat zij vaak door hun etnische en vrouwelijke identiteit en de kruising daartussen beperkt werden als ondernemers. Verder bleek dat de verschillende vrouwen hun eigen persoonlijke strategie ontwikkelden om deze verschillende identiteiten te combineren.³²

Ook naar etnische ondernemingen in Den Haag is onderzoek gedaan. Het onderzoek van Santokhi richtte zich voornamelijk op het onderzoeken van het beleid van de rijksoverheid en de gemeente Den Haag en hoe dit invloed heeft uitgeoefend op de ontwikkeling van etnisch ondernemerschap in de stad. Uit het onderzoek werd onder andere geconcludeerd dat het beleid mede heeft bijgedragen aan een positieve beeldvorming rondom etnisch ondernemerschap en een versterkt geloof in de eigen kansen. Wel moet worden opgemerkt volgens Santokhi dat migranten ook zonder hulp van het beleid kansen wisten te pakken op de markt.³³

²⁸ E.S.J. Bakker & L.J. Tap, *Islamitische Slagerijen in Nederland. Verslag van een onderzoek in opdracht van Bedrijfschap Slagersbedrijf* (Den Haag 1985).

²⁹ E. van der Torre, 'Marokkaanse harddrughandelaren', in: J. C. Rath & R. Kloosterman, *Rijp & Groen. Het zelfstandig ondernemerschap van immigranten in Nederland* (Amsterdam 1998) 157-174.

³⁰ Kloosterman & Rath (ed.), *Immigrant Entrepreneurs*.

³¹ K. Rusinovic, *Dynamic entrepreneurship: first and second-generation immigrant entrepreneurs in Dutch cities* (Amsterdam 2006).

³² C. Essers, Y.W.M. Benschop & J.A.C.M. Doorewaard, 'Ondernemen tussen twee culturen: vrouwelijke ondernemers van Marokkaanse en Turkse afkomst in Nederland en hun identiteitsconstructies', *Tijdschrift voor genderstudies* 4 (2006) 28-41.

³³ S. Santokhi, *Immigrantenondernemerschap in Den Haag: beleid en praktijk* (Amsterdam 2010).

Deze studie bouwt voort op de hierboven besproken theoretische kaders en debatten. Dit gebeurt door de verschillende benaderingen met elkaar te combineren. Het onderzoek gaat er namelijk vanuit dat, om de patronen rondom migranten en ondernemerschap te kunnen verklaren, er niet alleen naar de migrantengroepen als geheel moet worden gekeken. Ook de processen die plaats vinden op individueel niveau zijn van belang. Met het introduceren van de intersectionaliteitstheorie binnen het veld van etnisch ondernemerschap poogt dit onderzoek een vernieuwend licht te werpen op structurele processen die invloed hebben op het vormen van de ondernemingen van migranten. Deze benadering op verschillende niveaus kan een breder inzicht bieden dan voorheen in welke factoren invloed hebben op de mogelijkheden van migranten om een onderneming te starten en te onderhouden in Nederland. Dit onderzoek zal dan ook een toevoeging zijn op de eerder verrichte studies naar etnisch ondernemerschap in Nederland, die voornamelijk keken naar de socio-economische eigenschappen van één enkele groep, zonder deze ook met andere groepen te vergelijken of zonder naar de individuele aspecten te kijken. Factoren die naar verwachting een grote rol spelen bij etnische ondernemers in Den Haag tussen 1980 en 2000 zijn: klasse, gender, sociale netwerk, sectorspecifieke kenmerken, beleid en economie. Deze factoren zouden een verklaring kunnen zijn voor het feit dat de onderzochte groepen juist in die periode een specifiek soort bedrijf oprichten in Den Haag en het mogelijke succes daarvan.

Structuur, Methode & Materiaal

Deze studie analyseert de mogelijkheden van twee verschillende groepen migranten om een onderneming te starten in Den Haag gedurende de periode 1980-2000. De Surinaamse en Turkse gemeenschap staan in deze studie centraal. Voor deze groepen migranten is gekozen vanwege hun onderlinge verschillen in taal, religie, etniciteit en socio-economische positie binnen Nederland. Daarnaast is het aantal personen binnen deze migrantengroepen in Den Haag groot en vormen zij dus een belangrijke schakel binnen de stad. Voor het analyseren van de twee groepen binnen de stad Den Haag is gekozen, aangezien de stad een belangrijke socio-economische rol heeft binnen Nederland, de etnische diversiteit binnen de stad hoog is en omdat de stad beschikt over bruikbaar bronnenmateriaal. Tevens maakt de stad in de onderzochte tijdsperiode een economische verandering door.

Dit onderzoek bestaat uit drie hoofdstukken. In hoofdstuk één worden de geselecteerde groepen nader bekeken. Door middel van kwantitatieve bronnen en academische literatuur zal de grootte van de geselecteerde migrantengemeenschappen en hun socio-economische positie worden onderzocht. Tevens wordt gekeken naar hun leefomgeving. In hoofdstuk twee zal specifiek worden ingegaan op de beleidsvoering rondom migranten en ondernemerschap. Aan de hand van beleidsstukken uit het Haags gemeentearchief, alsmede vanuit nationaal beleid, zal middels discoursanalyse worden gekeken hoe de overheid het onderwerp benaderde. Dit hoofdstuk zal dan ook inzicht bieden in de structurele factoren die een rol spelen bij het starten van een onderneming. Verder wordt onderzocht of het beleid gedurende de onderzoeksperiode van focus veranderde. Hoofdstuk drie analyseert de ondernemingen van de migranten en hun persoonlijke ervaringen. Geanalyseerd worden bijvoorbeeld de sectorkeuze en het gebruik van

netwerken bij de oprichting van het bedrijf. De analyse in hoofdstuk drie zal voornamelijk mogelijk worden gemaakt door op microniveau aan de hand van interviews naar het onderwerp te kijken. Vijf casestudies spelen hierin de hoofdrol. Aan de hand van het analyseren van krantenartikelen zal er verdere context worden gegeven in dit hoofdstuk. Ten slotte zal deze studie in de conclusie inzicht verschaffen in de manier waarop etniciteit, gender en klasse bij verschillende migrantengroepen zorgt voor een ander proces ten aanzien van het starten van een onderneming. Het onderzoek biedt daarmee een innovatief perspectief op de structurele processen op individueel, als ook op groepsniveau, die vorm geven aan de ondernemingen van migranten.

Methodologie

Voor dit onderzoek zijn er vijf semigestructureerde interviews afgenomen met etnische ondernemers van Turkse (3) en Surinaamse (2) afkomst die hun onderneming (of die van hun familie) in Den Haag zijn gestart in de periode 1980-2000. Onder de willekeurig gekozen geïnterviewde ondernemers was er één vrouw en waren er vier mannen. Alle ondernemers waren afkomstig uit één van de drie onderzochte Haagse wijken (Transvaalkwartier, Schilderswijk en de Stationsbuurt). De interviews duurden 15 tot 20 minuten en werden opgenomen, vervolgens getranscribeerd en geanonimiseerd. Waar nodig is een pseudoniem gebruikt. De structuur en de vragen voor de interviews zijn afgeleid uit de drie onderzochte niveaus structureel, sectorspecifiek en individueel (bijlage III). Hier zijn ook de daarbij horende verklarende factoren (tabel 1) vermeld. Met het beperkte aantal afgenomen interviews pretendeert dit onderzoek geenszins representatief te zijn voor de ervaringen van alle etnische ondernemers gedurende de onderzochte periode. Zo moet worden gesteld dat deze ondernemingen bijvoorbeeld nog steeds bestaan en, in tegenstelling tot andere ondernemingen uit de periode die niet meer bestaan, dus relatief succesvol waren. Echter bieden de vijf casestudies een interessant perspectief op de persoonlijke ervaringen van de ondernemers en kan er daardoor ook op individueel niveau gekeken worden naar de processen die een rol spelen bij etnisch ondernemen.

Naast dat de gebruikte interviews niet geheel representatief zijn, zijn er aan het gebruik van *oral history* ook nog andere methodologische problemen verbonden die hier kort benoemd worden. De belangrijkste kwestie is dat de herinneringen van de geïnterviewden veranderd kunnen zijn naarmate de tijd is verstreken of omdat zij gebeurtenissen uit het verleden interpreteren vanuit het heden. Hierdoor kan er een minder accuraat beeld ontstaan van het verleden dan dat voor het gebruik in onderzoeken wenselijk zou zijn.³⁴ Hierbij moet bij het analyseren van de interviews rekening worden gehouden.

³⁴ P. Thompson, *The voice of the past: Oral history* (Oxford 2017); V. R. Yow, *Recording oral history: A guide for the humanities and social sciences* (London 2014).

1. Migranten in Den Haag 1980-2000

In dit hoofdstuk wordt de socio-economische positie van de twee onderzochte migrantengroepen in Den Haag uiteengezet. Eerst zal de algehele socio-economische situatie in Nederland en specifiek in Den Haag worden besproken. Daarna wordt er gekeken naar de situatie van de migranten in Den Haag op economisch-, sociaal- en cultureel niveau.

1.1 De Socio-economische Situatie 1980-2000

Vanaf het begin van de jaren 1980 is er in Den Haag sprake van een economische stagnatie. Fabrieken en andere bedrijven, waar voornamelijk laaggeschoolde arbeidskrachten werkten, werden gesloten.³⁵ Het aantal bedrijven in Den Haag nam af van 18.540 naar 17.837 in de periode van 1988 tot 1996. Waar in andere steden in Nederland het starten van nieuwe ondernemingen toeneemt in deze periode, is er in Den Haag sprake van een vermindering van het aantal startende ondernemers. Zo telt de stad aan het begin van de jaren '90 nog ruim 1.700 startende ondernemers, in 1994 1.682 en in 1996 nog maar 1.174. De werkloosheid in de stad in de periode van 1970 tot 1996 stijgt van 2.706 naar 35.413 mensen. Procentueel afgezet tegenover de beroepsbevolking is dat een stijging van 0.8% in 1970 naar 12.3% in 1996.³⁶

Onder de migranten in Den Haag is de werkloosheid disproportioneel hoog in deze periode. Ongeveer 40% van de inwoners met een migratieachtergrond is werkloos in de stad. In wijken, waar de migrantengroepen vooral woonachtig zijn, is er een hoge concentratie van werkloosheid in deze tijd. De Haagse wijken in kwestie zijn; de Schilderswijk, de Stationsbuurt, het Regentessekwartier, het Valkenboskwartier en het Transvaalkwartier. Naast de economische stagnatie van de jaren 1980, is er in deze wijken ook sprake van snel veranderende demografische samenstelling. Veel migranten vestigen zich namelijk in de arbeiderswijken. Doordat zij vaak laaggeschoold zijn en een laag inkomen hebben, zijn er grote socio-economische problemen in de bovengenoemde buurten.³⁷

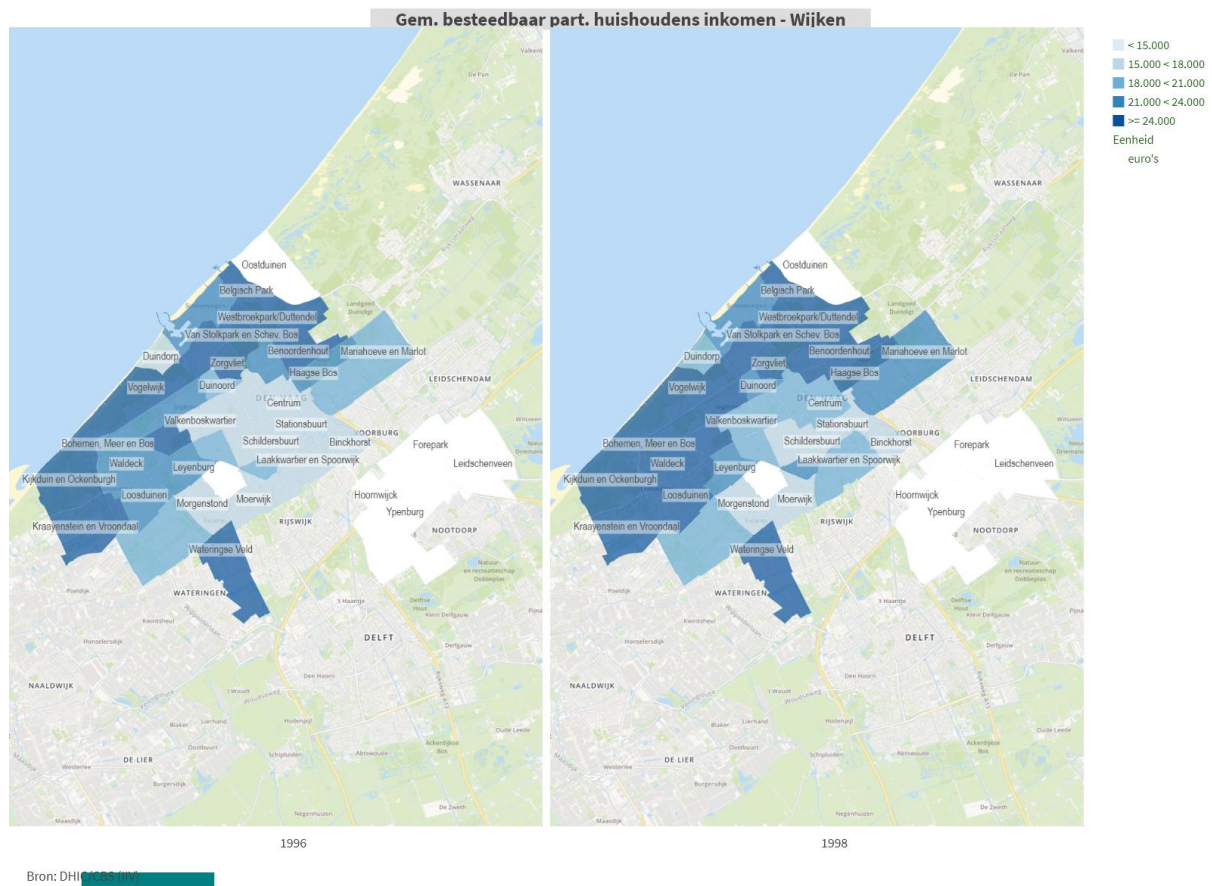
Deze socio-economische problematiek valt ook af te lezen uit figuur 1. In dit figuur is het gemiddelde besteedbaar inkomen per huishouden in de verschillende Haagse wijken weergegeven voor de jaren 1996 en 1998. Hieruit valt op te maken dat huishoudens uit bovengenoemde wijken gemiddeld een relatief laag besteedbaar inkomen hadden. De drie wijken, waar het besteedbare inkomen het laagste was in 1996 en in 1998, zijn de Schilderswijk, de Stationsbuurt en het Transvaalkwartier (zie ook tabel 1 in de appendices). Voor huishoudens in de Schilderswijk was het gemiddelde besteedbare inkomen in 1996 omgerekend 15.156 euro en in 1998 16.064 euro. Huishoudens in de Stationsbuurt hadden gemiddeld omgerekend ongeveer 15.610 euro te besteden in 1996 en 16.608 euro in 1998. In het Transvaalkwartier waren deze cijfers respectievelijk 15.202 euro in 1996 en 16.064 euro in 1998. Deze cijfers staan in schril contrast met de wijk met het hoogst besteedbare inkomen in zowel 1996 als 1998,

³⁵ M. Jeleniewski, 'Etnisch ondernemerschap en de stadsvernieuwing', *Planologisch memorandum 1984-3* (1984) 1-2.

³⁶ Santokhi, *Immigrantenondernemerschap in Den Haag*, 11-14.

³⁷ Idem.

namelijk Westbroekpark/Duttendel. Hier was het besteedbare inkomen per huishouden in 1996 omgerekend 38.503 euro en in 1998 40.023 euro.

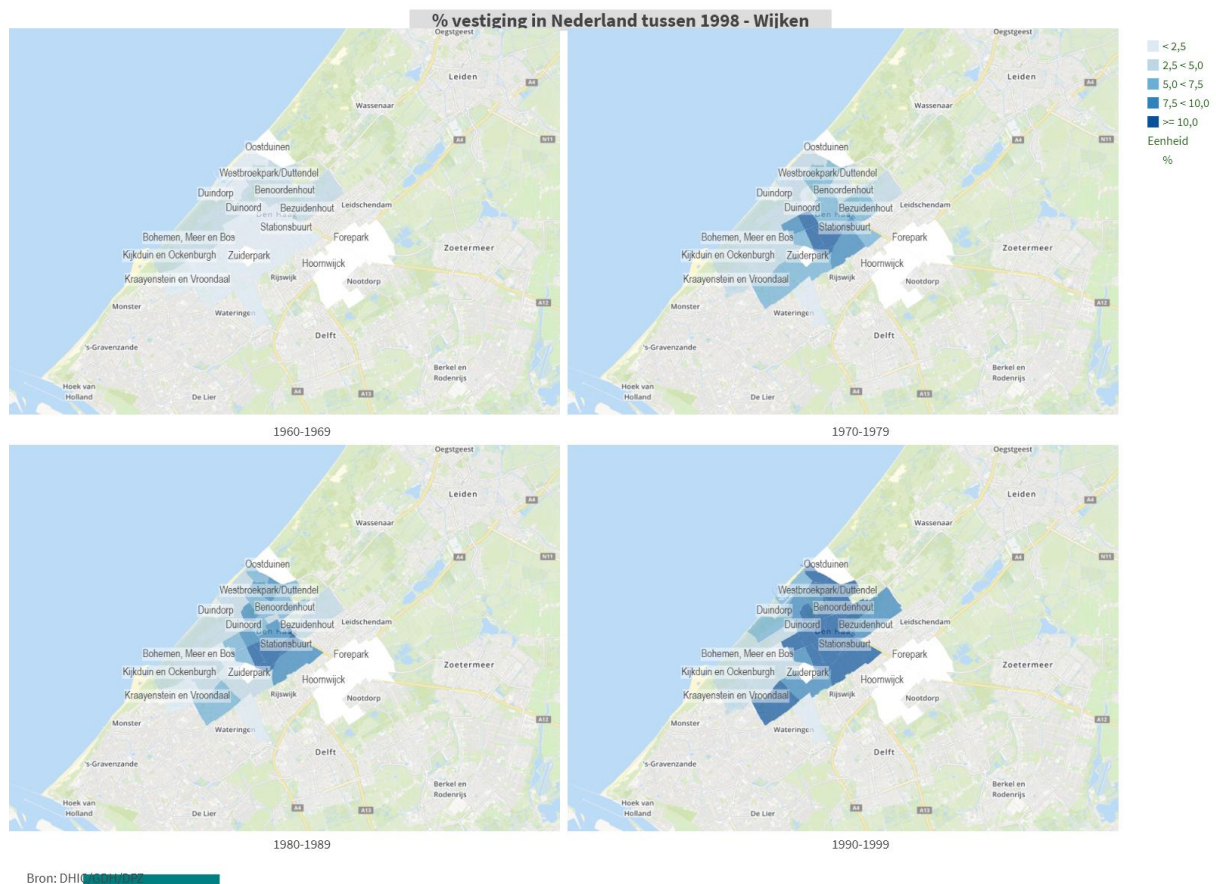


Figuur 1: Gem. besteedbaar part. huishoudens inkomen in 1996-1998 – Wijken (euro's), bron: DHIC/CBS (IIV), opmaak geëxporteerd uit: denhaag.incijfers.nl.

Als vervolgens wordt gekeken naar het percentage bewoners per wijk dat zich in verschillende periodes in Nederland heeft gevestigd, valt te zien dat het aantal niet-Nederlanders die zich vestigden in Nederland groter is in de drie bovengenoemde wijken (zie tabel 1 en figuur 2). Hieruit volgt dat deze wijken vanzelfsprekend vanaf de jaren 1960 steeds etnisch heterogener zijn geworden. Uit tabel 1 en figuur 2 kan worden afgeleid dat de Schilderswijk, de Stationsbuurt en het Transvaalkwartier in 1998 voor een groot deel bestaan uit migranten die zich na 1970 in Nederland hebben gevestigd. De grootste groep migranten dat in de wijken woont heeft zich pas in de jaren 1990 in Nederland gevestigd. In alle drie de wijken is vast te stellen dat tussen de 40% tot 50% van de bewoners, die zich in de periode 1960-1999 hebben gevestigd in Nederland, niet afkomstig is uit Nederland. In veel andere Haagse wijken ligt dit percentage aanzienlijk lager, onder de 20%. Hiermee is echter nog niet gezegd of dit percentage bestaat uit westerse of niet-westerse migranten die zich in deze periodes hebben gevestigd in Nederland. Hiervoor moet gekeken worden naar de ontwikkeling van de verschillende wijken en het ontstaan van de migrantengemeenschappen daarbinnen.

Tabel 2: Percentage bewonersvestiging in Nederland tussen verschillende periodes in 1998 per Wijk, bron: DHIC/GDH/DPZ, Opmaak geëxporteerd uit: denhaag.incijfers.nl.

	1960-1969	1970-1979	1980-1989	1990-1999
Stationsbuurt	1,7%	9,1%	10,8%	18,3%
Schildersbuurt	1,2%	15,8%	17,6%	20,4%
Transvaalkwartier	1,3%	15,5%	15,2%	22,2%



Figuur 2: Percentage bewoners die zich vestigen in Nederland in verschillende periodes gemeten in 1998 per Wijk, bron: DHIC/GDH/DPZ, Opmaak geëxporteerd uit: denhaag.incijfers.nl.

Drie verschillende Haagse wijken.

Naar aanleiding van bovenstaande cijfers, wordt in dit onderzoek de nadruk gelegd op drie Haagse wijken. Deze wijken zijn: Transvaalkwartier, Schilderswijk en de Stationsbuurt. Ondanks dat uit de cijfers blijkt dat deze drie wijken qua demografische opbouw en economische situatie vrijwel overeenkomen, hebben de wijken toch een andere historie. De verschillende dynamieken van deze wijken zouden een rol kunnen hebben gespeeld bij de ontwikkeling van etnisch ondernemerschap.

De Schilderswijk is in de 19^{de} eeuw gebouwd met de intentie om arbeiders te huisvesten nabij het centrum van Den Haag en nabij de verschillende industriële vestigingen toentertijd. Aangezien veel van de woningen in de wijk werden gebouwd voor de invoering van de woningwet was de kwaliteit van de huizen vaak slecht. In de jaren '80 en '90 van de 20^e eeuw zijn bijna alle grote industriële bedrijven verdwenen uit de wijk. Desondanks werden er wel kleine bedrijfjes gestart. In 1969 zijn er al ongeveer 800 bedrijven, horeca en detailhandel niet meegerekend. Het ging hier vooral om bouw- en aannemersbedrijfjes. In de jaren '70 maakte de wijk een grote verandering door met de komst van vele gastarbeiders en andere migranten. Dit heeft een direct effect op de wijk economie, omdat Surinamers gedurende de jaren '70 verschillende zaken openden en aan het begin van de jaren '80 volgt de opening van bedrijven door mensen van Marokkaanse en Turkse afkomst.³⁸

Het Transvaalkwartier heeft een andere ontwikkeling doorgemaakt dan de Schildersbuurt. Deze wijk is gebouwd aan het begin van de 20^e eeuw als uitbreiding en bevindt zich ten zuidwesten van het centrum van Den Haag. De wijk werd gebouwd tijdens de Eerste Wereldoorlog en diende als oplossing voor de grote krapte op de woningmarkt toentertijd. De wijk bestond voornamelijk uit arbeiderswoningen en was bedoeld voor mensen met een laag inkomen. Toch stond Transvaal geruime tijd bekend als een van de betere arbeiderswijken van Den Haag. Echter had de wijk wel te maken met hoge werkloosheidscijfers en armoede onder de bewoners. Hierdoor werd de sociale problematiek in de wijk groter en veranderde het relatief positieve imago van de wijk in een negatieve reputatie. Daarnaast was de culturele samenstelling van de wijk erg divers. In de wijk woonden een groot aantal migranten met een niet-westerse achtergrond, zoals Turks, Surinaams of Marokkaans.³⁹

De ontwikkeling van de Stationsbuurt ging gepaard met de ontwikkeling van verschillende transportmogelijkheden, waaronder station Hollands Spoor. Het station bij de wijk was het eindpunt van de spoorlijn tussen Den Haag en Amsterdam. Door de komst van het station industrialiseerde de wijk en werden er meerdere arbeiderswoningen gebouwd. Tussen 1945 en 1970 stagneerde de ontwikkeling in de wijk. Vanaf 1970 beginnen zich niet-westerse migranten te vestigen in de buurt.⁴⁰

Doordat de drie wijken zich in slechte staat bevonden, is de gemeente Den Haag in de jaren '70 begonnen met het vernieuwen hiervan. De zogeheten stadvernieuwingen richten zich op verschillende aspecten om de leefbaarheid in de probleemwijken te verbeteren, zoals het verbeteren van de infrastructuur. Echter de grootste impact die de stadvernieuwingen hadden was het renoveren van woningen en nieuwbouw.⁴¹ Voornamelijk in de Schilderswijk werden eind jaren '80 en begin jaren '90 veel kleine en vervallen woningen gesloopt om nieuwbouw neer te zetten. Waar sommige buurtbewoners en ondernemers op dezelfde locatie een nieuw pand kregen, trokken ook veel mensen weg uit de wijken in verband met de hogere kosten van de nieuwbouwwoningen.⁴²

³⁸ B. Oude Groeniger, *De kracht van allochtoon ondernemerschap in probleemwijken: Een analyse naar de succesfactoren voor allochtoon ondernemerschap ter stimulatie van de wijk economie in Kanaleneiland* (Nijmegen 2008) 68-72.

³⁹ Idem.

⁴⁰ Idem.

⁴¹ Jeleniewski, 'Etnisch ondernemerschap en de stadvernieuwing', 14.

⁴² 'Stadvernieuwing bedreigt schilderswijkers', *Trouw*, 27 februari 1993, 9.

Naast het feit, dat de drie wijken zich op verschillende wijzen hebben ontwikkeld, zijn er ook nog andere noemenswaardige verschillen. Zo verschilt de etnische samenstelling van de wijken. De etnische samenstelling in een wijk kan invloed hebben op de ontwikkeling van het ondernemerschap in de wijk. Zo is al eerder genoemd dat etnische groepen zich in sommige gevallen organiseerden in etnische niches. Om hier een beter inzicht in te krijgen zal in de volgende twee paragrafen worden ingegaan op ontwikkeling van de gemeenschappen van de twee onderzochte migrantengroepen in Den Haag.



Figuur 3: De schilderwijk in 1989 voorafgaand aan de stadsvernieuwingen. Bron: <https://www.flickr.com/people/55873432@N04/> [bezoekt op 12-11-2021].

1.2 De Surinaamse gemeenschap in Den Haag

Den Haag kent een grote Surinaamse gemeenschap, met een uitgebreide historie. Het begin van deze migratiegeschiedenis moet worden gezocht in de tijd dat Suriname nog een kolonie was van Nederland. Echter pas vanaf het begin van de jaren '70 komt de grootste groep Surinamers naar Nederland. De oorzaak hiervoor was de op handen zijnde onafhankelijkheid van Suriname in 1975 en de politieke onzekerheid in het land. Om deze reden besloten veel Surinamers te emigreren naar Nederland. In Den Haag is deze toename goed te zien aan het aantal Surinamers in de stad. Waar er bij de volkstelling van 1960 nog ongeveer 500 Surinamers zich in de stad bevonden, was dat in 1975 opgelopen tot bijna 14.000. Aan het eind van de twintigste eeuw woonden er ongeveer 40.000 Surinamers in Den Haag.⁴³

Vanaf de jaren '70 begon de Nederlandse overheid ook actief beleid te voeren om Surinaamse migranten naar Nederland te halen als arbeidskrachten. Gezien de groei van Surinaamse migranten onder de Nederlandse stadsbevolking begonnen er gemeenschappen te ontstaan met eigen organisaties en verenigingen. Het Hindoestaanse deel van de Surinaamse migranten concentreerde zich in Den Haag en had in vergelijking met het Creoolse deel een

⁴³ Cottaar, *Ik had een neef in Den Haag*, 135.

groter aantal eigen organisaties. De verklaring voor de verschillen tussen de groepen moet worden gezocht in de mate waarin de groep was aangepast aan de Nederlandse samenleving. Zo kon de Creoolse gemeenschap aansluiten bij al bestaande kerken, waarbij de Hindoestaanse gemeenschap haar eigen organisaties moest oprichten. Ook binnen de Hindoestaanse gemeenschap zijn er nog verschillen tussen welke religieuze stroming wordt aangehangen. Zo zijn er aanhangers van het Hindoeïsme en de Islam onder de Hindoestaanse Surinamers.⁴⁴

Het ontstaan van de Hindoestaanse gemeenschap in Den Haag kan verklaard worden door kettingmigratie. Vele Surinamers, die emigreerden naar Nederland, verkozen het om in een stad te wonen waar al kennissen of familie aanwezig waren. Dit betrof de Hindoestaanse gemeenschap die gebruik maakte van hun netwerk van kennissen in Den Haag. De mensen binnen dit netwerk konden helpen met het vinden van woonruimte. Waarom de eerste hindoestanen zich juist vestigden in Den Haag is niet geheel bekend. Een verklaring hiervoor zou kunnen zijn dat veel creoolse Surinamers zich reeds hadden gevestigd in Amsterdam en dat de Hindoestaanse gemeenschap liever niet in dezelfde stad ging wonen. In 1998 vormt de Hindoestaanse gemeenschap ongeveer 80% van de gehele Surinaamse populatie in Den Haag.⁴⁵

Vanaf het ontstaan van een Surinaamse gemeenschap in Den Haag, heeft de groep zich verenigd binnen verschillende organisaties. Reeds in 1958 wordt de Hindoestaanse vereniging genaamd de Surinaamse Jongeren Vereniging (SJV) opgericht. Bij deze vereniging kon men onder meer lezingen bijwonen. In 1959 wordt de Vereniging voor Surinamers (VVS) in Den Haag gevormd. Deze Surinaamse vereniging trok vooral creoolse migranten aan en was gericht op het organiseren van dans- en muziekavonden. Verder begon de Hindoestaanse gemeenschap in deze periode ook bijeenkomsten te organiseren om hun religie te kunnen belijden. Het zou nog tot in de jaren tachtig duren voordat de eerste grote *mandirs* (tempels) in Den Haag zouden worden geopend. In 1968 werd echter al wel de eerste officiële Hindoestaanse religieuze organisatie opgericht, namelijk de *Asan (Arya Samaj Nederland)*.⁴⁶ Beide aspecten, zowel amusement als religie, konden ook gecombineerd worden. Zo was er in het Transvaalkwartier de in 1972 opgerichte winkel *Bharat B.P. Lachmansingh*. Deze winkel verkocht religieuze voorwerpen, maar organiseerde ook dans- en muziekavonden. Zoals hieronder te zien is werden religieuze symbolen en teksten als ‘God be with you’, gecombineerd met het adverteren van muzikaal amusement.⁴⁷

⁴⁴ H.L.M. Obdeijn & M. Schrover, *Komen en gaan. Immigratie en emigratie in Nederland vanaf 1550* (Amsterdam 2008) 258-256.

⁴⁵ Cottaar, *Ik had een neef in Den Haag*, 114-123.

⁴⁶ Idem, 120-125.

⁴⁷ ‘Grossier in religieuze artikelen’, *Trouw*, 14 juni 2010.



Figuur 4: Advertentie voor Hindoestaans muzikaal amusement bij Bharat B.P. Lachmansingh. Bron: <https://www.bharatkins.com/team> [bezoekt op 12-11-2021].

Naarmate de groep Surinamers groeide in Den Haag, groeide ook de behoefte aan Surinaamse producten en evenementen gericht op de gemeenschap. Het groter wordende verlangen naar producten uit het herkomstland zorgde ervoor dat er steeds meer kleine winkels de deuren openden die deze producten aanboden. Het ging om gedroogde Surinaamse vissoorten, kruiden en groente, zoals kousenband. Deze eerste winkeltjes waren vaak niet erg winstgevend. Eén van deze eerste winkeltjes was de winkel *Tropica*. Deze winkel werd ook wel gezien als de eerste “tropische” winkel in Den Haag. De producten van deze winkels werden eerst uit Suriname geïmporteerd, later werden hier ook producten uit bijvoorbeeld Indonesië aan toegevoegd. Deze eerste winkels bedienden dus niet alleen de Surinaamse gemeenschap, maar ook de Nederlands-Indische groep wist de winkels te vinden.⁴⁸

In een onderzoeksrapport uit 1984, voorafgaand aan de stadsvernieuwingen, wordt een overzicht gegeven van de locaties waar zich de meeste etnische ondernemers bevonden. Hieruit kwam naar voren dat je in het Transvaalkwartier de meeste Surinaamse ondernemingen kon aantreffen. Op deze plek zouden veel afhaalrestaurants en kruideniers zijn. Binnen de Schilderswijk waren er op de Vaillantlaan veel creoolse cafés. Verderop op de Hoefkade, in de stationsbuurt, waren echter helemaal geen Hindoestaans-Surinaamse ondernemingen gevestigd. De populairste branche waarbinnen Surinaamse ondernemers hun onderneming starten in de Schilderswijk waren in deze periode cafés (18), (afhaal)restaurants (14) en levensmiddelenwinkels (11).⁴⁹

1.3 Turkse migranten in Den Haag

De oorsprong van de Turkse gemeenschap in Den Haag moet worden gezocht in de gastarbeidermigratie. Door de explosieve expansie van de industrie in de jaren '50, ontstond er een tekort aan laaggeschoolde arbeidskrachten. Daarom werden arbeiders in het buitenland geworven. In eerste instantie waren dat Portugezen, Spanjaarden, Italianen en Grieken, maar er werd ook buiten de grenzen van Europa gekeken voor goedkope arbeidskrachten.

⁴⁸ Cottaar, *Ik had een neef in Den Haag*, 125-127.

⁴⁹ Jeleniewski, 'Etnisch ondernemerschap en de stadsvernieuwing', 11-13.

Ongecontroleerde werving van de arbeidskrachten door het bedrijfsleven vond de overheid onwenselijk en daarom ging zij zelf werving van gastarbeiders organiseren. De meeste Turkse werknemers kwamen echter buiten deze officiële wervingsprogramma's om.⁵⁰ In Den Haag is de toename van Turkse migranten goed te zien. In 1964 zijn dat er nog 218 en in 1970 is het aantal al toegenomen tot 1.303 Turkse migranten in Den Haag.⁵¹

Na 1973 stopt de overheid met het actief werven van arbeiders in het buitenland. Echter, veel mannelijke gastarbeiders gingen niet terug omdat de voorzieningen in Nederland beter waren dan in het land van herkomst en omdat het herkomstland werd geteisterd door economische en politieke crises. Door middel van gezinshereniging, groeide de populatie. In 1969 hadden 17.006 Turken een Nederlandse verblijfsvergunning, in 1976 was dit aantal opgelopen naar 39.178.⁵²

In Den Haag begon zich vanaf de jaren '60 een gemeenschap te vormen van Turkse gastarbeiders. De meeste van hen werkten in plaatselijke fabrieken. Ook in deze migrantengroep had het hebben van een netwerk voordelen. Zo kwamen veel Turken aan een baan in de fabrieken via familieleden. Sommige Haagse fabrieken namen ook Turkse vrouwen aan. De meeste Turkse gastarbeiders waren voorafgaand aan de gezinshereniging woonachtig in pensions in Den Haag. Deze waren vaak overbevolkt en de kwaliteit van de kamers was slecht. Als gevolg hiervan werd de Stichting Begeleiding Buitenlandse Werknemers (SBBW) opgericht. Deze stichting had als doel om door middel van maatschappelijk werkers uit de eigen migrantengroep te bemiddelen in goede huisvesting en werk voor de gastarbeiders.⁵³

In Nederland ontstonden er in de jaren '60 meer soortgelijke stichtingen die zich bezighielden met het welzijn van de buitenlandse arbeiders. Veel van deze initiatieven werden gesubsidieerd door de Nederlandse overheid. Alhoewel de stichtingen zelfstandig opereerden, kon de overheid door middel van de subsidies invloed uitoefenen op de activiteiten van de organisaties. Eén van de verschillen van deze organisaties, in vergelijking met de bovengenoemde organisaties voor Surinamers, was dat deze stichtingen vaak voor de gastarbeiders waren opgericht, terwijl zij er zelf bijna nooit bij waren betrokken. Vanaf de jaren '70 ontstonden er organisaties die vanuit de Turkse gemeenschap zelf waren opgericht. Deze richtten zich op het organiseren van de Turkse gemeenschap en belangenbehartiging. Zo werden er landelijk de Turkse Arbeiders Vereniging in Nederland (htlb), de Nationalistische Turkse Arbeiders Vereniging, de Grijze Wolven en de Stichting Turks-Islamitische Culturele Federatie (sticf) opgericht.⁵⁴

Deze diversiteit aan culturele en religieuze Turkse organisaties, was nog niet te zien in het begin van de jaren '60 in Den Haag. In het begin kwamen Turkse arbeiders voornamelijk samen in kleine ruimtes om hun geloof te belijden. In 1979 besloot een groep, na wat moeilijkheden rondom een nieuwe gebedsruimte, om een leegstaande synagoge te betrekken op de Wagenstraat. Deze bezetting werd door de gemeente tijdelijk gedoogd en de Turkse

⁵⁰ Obdeijn & Schrover, *Komen en gaan*, 265-269, 284-285.

⁵¹ Cottaar, *Ik had een neef in Den Haag*, 138.

⁵² Obdeijn & Schrover, *Komen en gaan*, 287-288.

⁵³ Cottaar, *Ik had een neef in Den Haag*, 145-151.

⁵⁴ Obdeijn & Schrover, *Komen en gaan*, 297-298.

geloofsgemeenschap begon met het opknappen van het pand. Pas in 1982 werd het gebouw en zijn grond verkocht aan de geloofsgemeenschap.⁵⁵

Er waren aan het begin van de jaren '60 nog weinig locaties waar de Turkse gemeenschap kon samenkomen. Zo was er het eerste koffiehuis op de Hoefkade genaamd *Kara Deniz* en het reisbureau/restaurant genaamd *Istanbul* op de Oranjelaan. Deze kleine Turkse ondernemingen hadden een belangrijke maatschappelijke functie. Zo kon men hier voor advies of voor de diensten van een tolk terecht. In 1968 werd de eerste Turkse bioscoop geopend in Den Haag. Bioscoop *Thalia* vertoonde Turkse films, vaak afkomstig uit Duitsland, en Turkse journaals. Na afloop kon er naar Turkse muziek worden geluisterd.⁵⁶

Het aantal Turkse bedrijven en winkels in Den Haag nam toe naarmate meer fabrieken hun deuren sloten. Veel Turkse arbeiders begonnen om deze reden ondernemingen in de detailhandel en de horeca. Deze ondernemingen waren gericht op de eigen gemeenschap.⁵⁷ Eén specifiek voorbeeld hiervan zijn de islamitische slagers. Zij verkochten Halal vlees, dat de Nederlandse slagers niet verkochten. Niet alleen in het soort product bediende de Islamitische slager de eigen gemeenschap, maar ook in de presentatie van het product. Het interieur van Turkse slagers werd door Nederlanders vaak als slordig of onhygiënisch bestempeld. Daarnaast werden ook meer delen van het dier gebruikt, in vergelijking met de Nederlandse slager. Hierdoor kon de Islamitische slager vlees voor een lagere prijs verkopen. Naast de slagers waren er kleine levensmiddelenwinkels. Deze laagdrempelige sector met onder andere bakkers en supermarkten, bood voor de Turkse gemeenschap veel ondernemersmogelijkheden.⁵⁸

Dit wordt ook bevestigd in het al eerder besproken onderzoeksrapport uit 1984. Hierin wordt gezegd dat de drie belangrijkste branches bij Turkse en Marokkaanse ondernemers horeca (82), slagerijen (22) en vertaalbureaus (6) waren. De locatie van deze ondernemingen was onder andere de driehoek tussen de Van der Vennestraat, de Vaillantlaan en de Hobbemastraat. Hier waren veel koffiehuisen, specifiek op de Van der Vennestraat. Verder waren er op en rond de kruising tussen de Vaillantlaan en de Hoefkade veel slagerijen, koffiehuisen en bakkerijen bij elkaar. Dit zou verklaard kunnen worden door de moskee die zich hier ook bevond.⁵⁹

Conclusie

In dit hoofdstuk is de nadruk gelegd op structurele factoren die invloed kunnen uitoefenen op etnisch ondernemerschap. Zo is de socio-economische situatie geanalyseerd van de migranten in Den Haag. Hieruit is gebleken dat de slechte economische positie van de migranten en de algehele economische situatie in Den Haag grote invloed uitoefenden op het ontstaan van ondernemingen. Veel Turkse ondernemers werden bijvoorbeeld door sluiting van fabrieken gedreven tot het starten van een eigen onderneming. Ook de aanwezigheid van netwerken en hechte banden binnen de migrantengroep bleek effect te hebben op het wel of niet ontstaan van ondernemingen. Binnen de Hindoestaanse Surinaamse gemeenschap viel op dat zij zich al vanaf

⁵⁵ Cottaar, *Ik had een neef in Den Haag*, 151-155.

⁵⁶ Idem.

⁵⁷ Idem, 149-151.

⁵⁸ Kloosterman, van der Leun, & Rath, 'Mixed Embeddedness: (In)formal Economic Activities', 255-260.

⁵⁹ Jeleniewski, 'Etnisch ondernemerschap en de stadsvernieuwing', 11-13.

het begin van hun vestiging in Den Haag erg richtte op de eigen gemeenschap. Hieruit ontstonden dan ook ondernemingen die specifieke producten aanboden aan de eigen groep. Binnen de Turkse gemeenschap ontstonden de eerste eigen opgerichte verenigingen later, maar hier was ook een duidelijke focus te zien op de eigen gemeenschap.

Om de slagingskansen van deze ondernemingen beter te begrijpen is het niet alleen nodig om de socio-economische situatie van de migranten in kaart te brengen. Ook andere structurele factoren zoals het overheidsbeleid moeten onder de loep worden genomen. Het is daarom van belang om te ontleden hoe het nationale en gemeentelijke beleid heeft gepoogd om etnisch ondernemerschap te stimuleren. Het volgende hoofdstuk zal hier meer inzicht in verschaffen.

2. De overheid en de benadering van Etnisch Ondernemerschap 1980-2000

In dit hoofdstuk analyseer ik de beleidsmaatregelen van de rijksoverheid en de gemeente Den Haag als het gaat over het stimuleren van ondernemerschap onder migranten. Hierbij wordt gekeken naar de visie en invalshoek die dit beleid had. In het bijzonder wordt de manier, waarop het beleid en de specifieke doelgroepen worden beschreven, behandeld en zal een discoursanalyse worden uitgevoerd.

2.1 Beleidsontwikkelingen Etnisch ondernemerschap 1980-2000

Om het beleid op lokaalniveau goed te kunnen begrijpen, moet gekeken worden naar de richting en inhoud van het landelijke beleid. Het beleid van de rijksoverheid geeft namelijk de richting aan van het lokale beleid. Vanaf het eind van de jaren '70 heeft de Nederlandse overheid gepoogd een centraal integratiebeleid te voeren. Met het door de Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid (WRR) opgestelde rapport, genaamd *Etnische Minderheden*, werd vastgesteld dat veel gastarbeiders niet zouden terugkeren naar hun land van herkomst en dat er een noodzaak was voor een integraal integratiebeleid. In het rapport werd vastgesteld dat veel minderheden zich in een slechte socio-economische situatie bevonden. Deze slechte maatschappelijke positie was volgens het rapport deels te verklaren door culturele factoren. De nadruk in het rapport lag op het creëren van een samenleving waarin het mogelijk was voor iedere etnische groep om volwaardig te participeren met behoud van eigen cultuur. Hierbij was het belangrijk volgens de WRR om voorwaarden voor gelijkwaardigheid te realiseren.⁶⁰ In de jaren '80 ging men aan het werk met de aanbevelingen uit dit rapport. Het ontwikkelen van de *Minderheden Nota*, die in 1983 in werking trad, was hier een goed voorbeeld van. Ook in deze nota werd gesteld dat de aandacht moest liggen op het terugdringen van de achterstand van minderheden door middel van het wegnemen van barrières, terwijl er ook ruimte moest zijn voor de eigen cultuur. Binnen de nota werd er ook meer nadruk gelegd op de uitbreiding van anti-discriminatie wetgeving.⁶¹ Aan het eind van de jaren '80 wordt geconstateerd door de WRR dat bovengenoemd beleid de achterstanden niet heeft weggenomen. Er moest meer nadruk gelegd worden op het belang van goed onderwijs en arbeidsmarktparticipatie. Het rapport van de WRR genaamd, *Allochtonenbeleid* besteedde hier meer aandacht aan. Het idee van culturele integratie wordt in het beleid als belangrijk gezien voor een volledige participatie in de samenleving.⁶² Binnen het minderhedenbeleid in Nederland is dus een verschuiving te zien. In de volgende paragraaf wordt gekeken hoe het specifieke beleid ten aanzien van etnisch ondernemerschap hierbinnen past en hoe de benadering van het onderwerp is veranderd gedurende de onderzoeksperiode.

⁶⁰ WRR, *Etnische minderheden* (Den Haag 1979).

⁶¹ Ministerie van Binnenlandse zaken, *Minderheden Nota* (Den Haag 1983).

⁶² WRR, *Allochtonenbeleid* (Den Haag 1989).

Veranderingen in benadering van etnisch ondernemerschap 1980-2000

Het is interessant om te bekijken op wat voor een manier de doelgroep in het beleid wordt besproken, dit zegt iets over hoe de Nederlandse overheid deze groep karakteriseerde. In deze paragraaf worden citaten aangehaald waaruit de benadering in het beleid kan worden afgeleid. Specifiek zal er ook gekeken worden naar hoe de benadering van de doelgroep gedurende de onderzoeksperiode is veranderd.

Alhoewel er in het rapport *Etnische Minderheden* van 1979 niet specifiek wordt ingegaan op het etnisch ondernemerschap, is het wel opvallend dat in dit rapport, in tegenstelling tot de latere rapporten, specifiek in wordt gegaan op de situatie per migrantengroep. Zo wordt er over de problemen van de Surinaamse en Antilliaanse gemeenschap bijvoorbeeld het volgende gesteld:

‘Voor de Surinamers en Antillianen concentreren de problemen zich op ongelijke kansen en een ongelijkwaardige behandeling hier, mede in stand gehouden door de raciale verschillen, en een sterke culturele oriëntatie op Suriname en op de Antillen, die echter niet of nauwelijks resulteert in retourmigratie.’⁶³

Problemen met participatie in de samenleving worden gekoppeld aan culturele verschillen en kansenongelijkheid. Ook over andere migrantengroepen worden soortgelijke uitspraken gedaan, maar wel is er een duidelijke splitsing in het rapport over de benadering van iedere groep. Dit onderscheid tussen de doelgroepen verdwijnt in latere rapporten. Wel wordt er in de rapporten van de jaren '80 steeds vaker gesproken over etnisch ondernemerschap. Het idee dat ondernemerschap kan helpen met het verbeteren van de socio-economische situatie van migranten dringt steeds meer door. In een algemeen rapport van de WRR over het MKB in Nederland uit 1987 getiteld *Op maat van het midden-en kleinbedrijf*, wordt de volgende uitspraak gedaan:

“Sociale lift' (en daling) vindt langs vele kanalen plaats, ook buiten het huidige mkb om: via carrières in het grote bedrijfsleven, overheid, wetenschap en onderwijs. De theorie van de sociale lift is echter nog wel van betekenis voor etnische minderheden, die vaak alleen via ondernemerschap in het mkb hun positie kunnen verbeteren.’⁶⁴

Hieruit blijkt dat toentertijd ondernemerschap voor de minderheden alleen nog als mogelijkheid tot ‘sociale lift’ werd beschouwd. Niet alleen werd etnisch ondernemerschap in de jaren '80 gezien als middel om de economische achterstand van minderheden te verbeteren, het zou ook een belangrijke maatschappelijke functie kunnen bieden. Onderstaande tekst uit het *Allochtonenbeleid* uit 1989 illustreert dit idee:

‘Ondernemers van allochtone herkomst vervullen ook belangrijke sociale functies. Voor zover zij functioneren voor een allochtone klantenkring dragen zij bij aan de voorziening

⁶³ WRR, *Etnische minderheden*, XII.

⁶⁴ WRR, *Op maat van het midden-en kleinbedrijf* (Den Haag 1987) 32.

in specifieke groeps- en religiegebonden behoeften. Meer in het algemeen bevordert de succesvolle allochtone ondernemer de totstandkoming van een positief beeld van de betreffende allochtone groep.⁶⁵

Bovenstaande citaat demonstreert dat het idee was dat etnische ondernemers niet alleen voor de eigen gemeenschap een belangrijke functie bedienden door het aanbieden van etnische producten, maar dat zij ook het algehele aanzien van de minderhedengroep zouden kunnen verbeteren. Hierbij werd ‘succes’ gekoppeld aan een betere maatschappelijke status.

In stukken uit de jaren '90 is er echter weer een ander geluid te horen als het gaat over etnisch ondernemerschap. Hierbij wordt voor het stimuleren van etnisch ondernemerschap minder de nadruk gelegd op de doelgroep zelf, maar wordt deze besproken als deel uitmakend van de algemene ondernemende sector. In een Kamerbrief uit 1999 getiteld minderhedenbeleid, wordt het stimuleren van ondernemerschap van minderheden in de volgende context beschreven:

‘Het kabinet acht een verdere ontplooiing van het ondernemerspotentieel onder etnische groepen wenselijk. Dit betekent in de eerste plaats dat de verbetering van het algemene ondernemersklimaat moet worden voortgezet. Immers, etnische ondernemers zijn in de eerste plaats ondernemers.’⁶⁶

In diezelfde Kamerbrief is ook nog een andere verandering waar te nemen ten opzichte van beleidstukken uit de jaren '80. Waar voorheen het probleem van niet succesvol etnisch ondernemerschap vooral werd gelegd bij de etnische ondernemers en hun gebrek aan opleiding of taalkennis (paragraaf 2.2), wordt er in de Kamerbrief juist een beroep gedaan op Nederlandse instellingen om zich aan te passen. In de Kamerbrief staat:

‘Instellingen waarmee etnische ondernemers in aanraking komen moeten zich bewust zijn van de specifieke etnische achtergronden van hun cliënten.’⁶⁷

Culturele aanpassing lijkt in deze periode dus niet meer alleen vanuit de minderheden zelf te moeten komen, maar instanties zouden ook rekening moeten gaan houden met de culturele achtergrond van cliënten om als ondernemer een succesvollere onderneming te kunnen krijgen.

Op landelijk niveau is de toon in het beleid dus gedurende de onderzoeksperiode veranderd op een aantal aspecten. Nu is het ook belangrijk om te kijken hoe het beleid op lokaal niveau zich hiertoe verhoudt.

Verschil nationaal/lokaal beleid

Ook op lokaal niveau werd er beleid gemaakt dat zich richtte op het stimuleren van etnisch ondernemerschap. Dit gebeurde in Den Haag echter pas vanaf de jaren 90'. Op dat moment was er de bewustzijn binnen het gemeentelijke bestuur dat er een integrale aanpak moest komen

⁶⁵ WRR, *Allochtonenbeleid*, 38.

⁶⁶ Tweede kamerbrief, ‘minderhedenbeleid nr.14’, (Den Haag 1999) 3.

⁶⁷ Idem, 5.

voor de verbetering van de socio-economische problemen in de stad. In die periode kampte de stad, zoals beschreven, met grote werkloosheid. Onder andere het *Actieplan Economie en Werk 'Weer 200.000 arbeidsplaatsen in het jaar 2000'* moest een oplossing voor deze werkloosheid bieden.⁶⁸ Tevens was er het besef bij het gemeentelijke bestuur dat bepaalde economische problemen, voornamelijk in achterstandswijken, zich niet zouden oplossen zonder ook de sociale problemen binnen deze wijken aan te pakken. Hiervoor moest extra aandacht komen voor het grote aantal migranten dat woonden in deze wijken. Het *Plan Multiculturele Stad 1992-1996*, bood een strategie om juist dit probleem integraal aan te pakken. Zo moesten lokaal opgezette projecten de achterstand van deze groepen verminderen. Daarbij speelde stimuleren van werk en onderwijs voor deze groepen een belangrijke rol.⁶⁹

Om te kijken naar hoe het lokale beleid zich verhoudt tot het landelijke beleid zal gekeken worden naar de inhoud van de Haagse stukken. Op welke manier verschilde dit van het nationale beleid en waar liggen de accentverschillen?

Eén van de dingen die opvalt in het gemeentelijke beleid in vergelijking met het landelijke beleid is dat er ook gesproken wordt over de acceptatie van migranten binnen de samenleving. Zo wordt er in het *Plan Multiculturele Stad 1992-1996* gezegd:

‘Voor integratie is meer nodig dan alleen het wegwerken van sociaal-economische achterstanden. Er moet ook worden gewerkt aan de vergroting van de acceptatie tussen de verschillende bevolkingsgroepen. Daarom wordt bevorderd dat er op allerlei fronten, met name op wijk- en buurtniveau, meer en beter wordt gecommuniceerd tussen autochtonen en allochtonen. Die communicatie zien wij als een voorwaarde voor beter begrip.’⁷⁰

Net als de landelijke beleidsstukken pleit de gemeente Den Haag voor het verbeteren van de socio-economische status van de migranten. Het is echter wel duidelijk voor de gemeente dat daar meer voor nodig is dan dat alleen maatregelen dit zouden kunnen verbeteren. Deze maatregelen zouden geen effect hebben als de samenleving, waarin de migranten zich bevinden, niet meer begrip zou tonen en zou werken aan de acceptatie van de minderheden. In het lokale beleid staat dit dus centraler en dat proberen ze te bewerkstelligen door de volgende maatregelen te treffen op lokaal niveau:

‘Er komt meer aandacht voor de vormgeving van de 'multiculturele stad' op het meest kleinschalige niveau (portiek, straat, buurt). In de notitie Multiculturele Stad 1993 [...] hebben wij aangegeven dat wij in 2 pilot-wijken (Transvaal en Bouwlust) in nauw overleg met autochtone en allochtone bewoners gaan experimenteren, met de wijze waarop het migrantenbeleid geïntegreerd kan worden in de initiatieven van deze wijken.’⁷¹

⁶⁸ Gemeente Den Haag, *Actieplan Economie en Werk 'Weer 200.000 arbeidsplaatsen in het jaar 2000'* (Den Haag 1995).

⁶⁹ Gemeente Den Haag, *Plan Multiculturele Stad 1992-1996, Den Haag rijk aan culturen* (Den Haag 1992).

⁷⁰ Idem, 2.

⁷¹ Idem.

Duidelijk is dat dit alleen op kleinschalige wijze bereikt kan worden. De gemeente Den Haag wil deze maatregelen specifiek op wijkniveau implementeren. Wederom anders dan in het landelijke beleid wordt benadrukt dat de migrantengemeenschappen actief moeten worden betrokken bij het implementeren van maatregelen die hun socio-economische situatie zouden moeten gaan verbeteren. Opnieuw wordt de communicatie tussen de bevolkingsgroepen benadrukt als zijnde cruciaal.

De bovenstaande gemeentelijke initiatieven betreffen de integratie en emancipatie van de gehele migrantenpopulatie, maar geldt dit verschil in aanpak ook voor de etnische ondernemers in Den Haag? In het landelijk beleid zagen we dat eerst ondernemerschap gezien werd als middel om de integratie te verbeteren. Daarna werd de toon van het beleid ook meer gericht op de aanpassingen die formele instellingen zouden moeten doen om de toegang daartoe te verbeteren. Op gemeentelijk niveau is zoiets eveneens te zien. Echter stelt de gemeente, zoals hieronder te lezen, zichzelf ook verantwoordelijk voor het tegengaan van discriminatie en racisme, zodat er een goed ondernemersklimaat kan worden gecreëerd. De nadruk ligt echter nog op het verbeteren van de zelfstandigheid van de migrantenpopulatie, om zo hun positie te verbeteren.

‘Het leggen van prioriteit bij:

Het vergroten van de sociaal-economische en maatschappelijke zelfstandigheid van migranten en derhalve bij de werkelden werkgelegenheid, onderwijs en participatie; een actieve gemeentelijke opstelling tegen alle vormen van racisme en discriminatie.’⁷²

In het uit 1999 afkomstige ‘*Haags plan grote stedenbeleid; De kracht van Den Haag*’ wordt expliciet aangegeven dat zelfstandig ondernemerschap een belangrijk onderdeel is van de stadseconomie en dat deze sector ook werkgelegenheid biedt. Met name de minderheidsgroeperingen zouden hiervan kunnen profiteren, volgens de gemeente Den Haag. Echter is het in de stukken niet geheel duidelijk waar deze aanname op gebaseerd is. Er is hierin namelijk nauwelijks aandacht besteed aan de lange termijn perspectieven van deze startende etnische ondernemers en de blijvende economische verbetering. Dit terwijl het bekend is dat veel startende (etnische)ondernemers het niet lang volhouden.⁷³ In bijna geen enkel beleidsstuk wordt hiernaar verwezen. Tevens wordt er ook geen onderbouwing gegeven waarom deze sector wél lange termijn perspectief biedt. De nadruk ligt dus voornamelijk op de mogelijkheden die het zou bieden in het creëren van werkgelegenheid binnen de stad.

‘Met de strategie Stadseconomie investeren wij in een diversificatie van de economische basis van de stad. Doelgroepen daarbij zijn het midden- en kleinbedrijf en startende ondernemers, met binnen die laatste groep bijzondere aandacht voor ‘etnisch

⁷² Idem, 3.

⁷³ Kloosterman, van der Leun & Rath, ‘Mixed Embeddedness’, 255.

ondernemerschap'. Het midden en kleinbedrijf en de starters zijn belangrijke banenmotoren, vooral voor mensen met een lage(re) opleiding.'⁷⁴

Volgens de gemeente Den Haag speelt ondernemerschap ook een belangrijke rol in het innoveren van de stadseconomie. Als het gaat om deze innovatieve projecten, wordt er echter nauwelijks gefocust op de rol die etnische ondernemers hierin zouden kunnen spelen. Voor startersprojecten rondom ICT, wordt meerdere keren verwezen naar de samenwerking met de Haagse hogeschool op dit gebied.⁷⁵ In het beleid wordt een duidelijk onderscheid gemaakt tussen deze veelbelovende innovatieve startende ondernemer en de etnische ondernemer in de stad.

'Naast een belangrijke bron van nieuwe arbeidsplaatsen zijn starters ook belangrijk omdat hun innovatieve vermogen bijzonder groot is. Een belangrijk deel van de ICT-markt bijvoorbeeld wordt gevormd door jonge, innovatieve ondernemingen. [...] Ook biedt het ondernemerschap mensen met beperkte perspectieven op de arbeidsmarkt een goed alternatief.'⁷⁶

Het beleid, zowel op landelijk- als op lokaalniveau, richt zich erop om de positie van etnische minderheden te verbeteren. Hierboven werd al kort gesignaleerd dat er aannames worden gemaakt over de capaciteiten van de etnische ondernemers, in vergelijking met niet-etnische ondernemers. De beleidsstukken brengen deze factoren verder naar voren en laten zien wat een probleem vormt om bredere economische participatie voor elkaar te krijgen. In de komende twee paragrafen zal geanalyseerd worden hoe het beleid deze belemmerende factoren belicht en wat dit zegt over de aannames over etnische ondernemers in de onderzoeksperiode.

2.2 Kapitaal en capaciteiten als focus

Op zowel lokaal als nationaal niveau worden bepaalde factoren vaak aangehaald als het gaat over belemmeringen rondom etnisch ondernemerschap. Deze factoren komen ook vaak terug in de literatuur. Zo werden een gebrek aan financieel- en persoonlijk kapitaal reeds aangemerkt als mogelijke belemmeringen.⁷⁷ Aannames in het beleid zelf kunnen volgens de literatuur ook invloed uitoefenen op toegang tot de ondernemende sector en het succes daarvan.⁷⁸ De vraag is dus of de telkens aangevoerde belemmeringen in het beleid eerder gestuurd worden door aannames of dat deze belemmeringen daadwerkelijk vaak voorkwamen. Eén van de factoren die wordt aangehaald is het gebrek aan (start)kapitaal. Het andere punt dat regelmatig terugkomt zijn de gebrekkige capaciteiten van de etnische ondernemers en hun ontoereikende

⁷⁴ Gemeente Den Haag, *Haags Plan Grote stedenbeleid 'De kracht van Den Haag: een stad die actief investeert in mensen, hun werk, wonen, cultuur en welzijn'* (Den Haag 1999) 22.

⁷⁵ Idem, 37-39.

⁷⁶ Idem, 43.

⁷⁷ Kloosterman, van der Leun & Rath, 'Mixed Embeddedness', 262-283.

⁷⁸ R. Kloosterman & J. van der Leun, 'Allochtone ondernemers zijn onbezongen polderhelden.', *Christen democratische verkenningen* (2001) 28-36.

professionaliteit. Deze paragraaf zal die mogelijke aannames in de beleidskaders verder uiteenzetten.

Financiële mogelijkheden

Het probleem voor etnische ondernemers zou volgens het beleid liggen bij een gebrek aan (start)kapitaal en de beperkte toegang tot financiële middelen en formele netwerken. Er wordt gewezen op het feit dat etnische ondernemers starten met eigen vermogen, of geld lenen via informele netwerken van familie en vrienden. Het moment dat dit echter ontbreekt, of wanneer er sprake is van een groeiend bedrijf en daarmee ook groeiende kapitaalbehoefte, moet de ondernemer zich wenden tot formele instituties. Hierover wordt het volgende gezegd:

‘Voor veel ondernemers vormt het aantrekken van voldoende kapitaal een probleem. Soms stuiten ze hierbij op individuele knelpunten, zoals een gering eigen (familie)-vermogen of een gebrekkige kennis over financiële dienstverlening.’⁷⁹

In het beleid wordt er dus vanuit gegaan dat etnische ondernemers veel moeite zouden hebben met de toegang tot financiële instituties door hun gebrekkige kennis hierover. Wel worden in de beleidsstukken ook oplossingen aangedragen om deze belemmeringen weg te nemen. Zo zouden banken bijvoorbeeld een helpdesk op moeten zetten, specifiek voor etnische ondernemers. Dit zou dan de toegang tot de formele netwerken moeten verbeteren.

‘De SER constateert dat de commerciële banken thans de communicatie met etnische ondernemers trachten te verbeteren. De raad wijst bijvoorbeeld op de Turkse desk van de ABN/Amro en de voornemens van de RABO, VSB en de Triodosbank.’⁸⁰

In dit geval gaat het specifiek om een Turkse helpdesk bij verschillende banken, maar ook op een andere manier stelt het beleid voor om de toegang tot financiële middelen te verbeteren. Zo zouden etnische ondernemers cursussen moeten kunnen volgen, zoals blijkt uit de onderstaande citaat.

‘Speciaal voor allochtone ondernemers zullen cursussen worden opgezet op de terreinen financieel beheer, marketing en import/export.’⁸¹

Niet alleen ten aanzien van financiën wordt er gewezen op de gebrekkige kennis van etnische ondernemers in vergelijking met niet-etnische ondernemers. Ook opleidingsniveau en het ontbreken van diploma's worden aangewezen als probleemfactoren.

⁷⁹ Tweede kamerbrief, ‘minderhedenbeleid nr.14’, 7.

⁸⁰ Idem.

⁸¹ WRR, *Allochtonenbeleid*, 121.

Persoonlijk Kapitaal

Als het aankomt op persoonlijk kapitaal, de kennis en capaciteiten van de etnische ondernemers, wordt daarover een bepaald beeld geschetst binnen de verschillende beleidsstukken. Deze capaciteiten en kennis zouden namelijk ontbreken bij etnische ondernemers, in vergelijking met niet-etnische ondernemers. Dit kan er dan weer voor zorgen dat het lastiger zou zijn voor deze etnische ondernemers om een succesvol bedrijf op te starten of te onderhouden. Het onderstaande citaat geeft een goed beeld over hoe de capaciteiten van ondernemers met een etnische achtergrond worden afgeschilderd.

‘Uit enkele studies blijkt voorts een gebrek aan kennis op het terrein van het ondernemerschap in Nederland. Vakmanschap, kennis van management en van de Nederlandse taal is in een aantal gevallen niet in voldoende mate aanwezig en vereiste diploma's ontbreken soms.’⁸²

Niet alleen wordt aangehaald dat het gebrek aan officiële diploma's een probleem veroorzaakt, ook wordt benadrukt dat er een gebrek is aan vakmanschap en te weinig kennis van management. Dit trekt de kennis en kunde voor een groot deel van deze groep ondernemers in twijfel. Uiteraard zou hun gebrekkige kennis van de Nederlandse taal een probleem kunnen vormen bij het begrijpen van de wet- en regelgeving, maar aangenomen wordt dat dit ook problemen zou kunnen opleveren ten aanzien van hun vakkundigheid. Het bovenstaande citaat is afkomstig uit 1989, maar in een Tweede Kamerbrief van 1999, komt naar voren dat er nog steeds problemen zijn voor etnische ondernemers om te voldoen aan de Nederlandse regelgeving.

‘De administratieve vereisten in een complexe samenleving als de Nederlandse vormen voor ondernemers, bepaald ondernemers in het midden- en kleinbedrijf, geen eenvoudige opgave. Voor ondernemers met een etnische achtergrond kan het voldoen aan deze regelgeving een relatief grote opgave vormen.’⁸³

Wel worden er in de beleidsstukken ook oplossingen aangedragen om deze gebrekkige kennis van etnische ondernemers ten aanzien van de Nederlandse bureaucratie te overbruggen. Zo zou het makkelijker moeten worden om een onderneming te starten met een ondernemingsplan waarbij de nadruk ligt op praktijkkennis. Dit zou er dan voor kunnen zorgen dat de etnische ondernemers met deze kennis toch zouden kunnen deelnemen in de ondernemingssector, zonder dat zij daarvoor uitgebreide kennis moeten hebben van de wet- en regelgeving. Opvallend hierbij is dat, in tegenstelling tot de andere citaten, hier wel gewezen wordt op de vakkennis van etnische ondernemers.

⁸² Idem, 119.

⁸³ Tweede kamerbrief, ‘minderhedenbeleid nr.14’, 6.

‘Dit rapport is niet de plaats voor een standpunt over deze algemene problematiek. Wel meent de raad dat bij de afweging het gezichtspunt moet worden betrokken van de toegankelijkheid van het midden- en kleinbedrijf voor allochtone (aspirant-) ondernemers. Een stelsel waarbij de toetreding slechts afhankelijk is van de kwaliteit van het ondernemingsplan zou volgens de raad recht doen aan de situatie van de allochtone aspirant-ondernemers die wel over praktijkkennis maar niet over een diploma beschikken.’⁸⁴

Ondanks dat soms, zoals hierboven, de praktische kennis van de etnische ondernemers wordt benadrukt, ligt er ook een nadruk binnen het beleid op hun ontbrekende professionaliteit. Dus niet alleen zou het gebrek aan diploma's een probleem vormen, ook de professionele houding van de etnische ondernemers wordt hier in een bepaald daglicht gesteld.

‘De raad wijst op het gebrek aan professionaliteit van sommige etnische ondernemers en de oververtegenwoordiging in weinig perspectiefrijke branches. Het achterblijvende opleidingsniveau maakt het voor deze groepen moeilijk om de stap naar nieuwe klanten en markten te zetten. Deze ondernemers richten zich vaak op hun eigen groep en zijn slecht vertegenwoordigd in externe netwerken.’⁸⁵

Verder zien we in het bovenstaande citaat dat de toegang tot externe netwerken wordt aangehaald als een belemmerende factor tot succesvol ondernemen. De achterblijvende kennis zou hier de oorzaak van zijn, aangezien de migranten met een onderneming niet de kennis of certificaten hebben om buiten de eigen branche te gaan ondernemen. Deze branche zou alleen gericht zijn op de eigen gemeenschap en hier zou te weinig groeipotentieel in zitten.

Alhoewel er binnen de beleidsstukken niet vaak onderscheid wordt gemaakt tussen de verschillende minderheden, is het wel opvallend dat vrouwen met een etnische achtergrond specifiek worden aangehaald als het gaat over arbeidsmarktparticipatie en de belemmeringen die zij hierbij zouden ondervinden.

‘Tussen eind 1971 en eind 1974 neemt het aantal Surinamers in Nederland met 35.000 toe. Tot deze groepen behoren veel ongeschoolden en alleenstaande vrouwen die langer tijd nodig hebben voor aanpassing aan de in Nederland geldende handelingen en normen in de werksituatie en voor het vinden van aansluiting bij de in Nederland gebruikte werkmethode, de regelmaat van het arbeidsproces en het werktempo.’⁸⁶

De vrouwen met een migratie-achtergrond worden hier besproken als een groep met grotere afstand tot de arbeidsmarkt. De belemmerende factor die wordt aangehaald is het lage opleidingsniveau. Ook zouden culturele factoren de oorzaak zijn van de gebrekkige aanpassing aan de Nederlandse arbeidsmarkt. Zo zouden deze vrouwen moeten wennen aan ‘de regelmaat van het arbeidsproces en het werktempo’, wat impliceert dat dit verschilt met wat de vrouwen

⁸⁴ WRR, *Allochtonenbeleid*, 39.

⁸⁵ Tweede kamerbrief, ‘minderhedenbeleid nr.14’, 2.

⁸⁶ WRR, *Etnische minderheden*, 73.

gewend zijn binnen hun eigen cultuur. In de volgende paragraaf wordt deze focus op de eigen cultuur in connectie met etnisch ondernemerschap binnen het beleid verder onderzocht.

2.3 Invloed eigen Cultuur als focus

Op verschillende manieren binnen de beleidsstukken wordt de cultuur van de minderheden aangehaald als het gaat over ondernemerschap. Opmerkelijk hierbij is dat het consumentengedrag en de etnische producten van de minderheden vaker vanuit een economisch perspectief worden benaderd. Zo wordt er met één simpele opmerking over het consumentengedrag van de minderheden uiteengezet hoe de detailhandel hierop zou kunnen inspelen of hiermee rekening zou kunnen houden. Dit is bijvoorbeeld te zien in onderstaande quote uit het WRR-rapport genaamd *Op maat van het midden en klein bedrijf* uit 1987:

‘Een bijzondere categorie consumenten vormen de etnische minderheden: immigranten uit vroegere koloniën en personen afkomstig uit landen rond de Middellandse Zee. Daar deze bevolkingsgroepen lang vasthouden aan hun eigen cultuur en consumptiepatroon zal ook de detailhandel daar rekening mee moeten houden.’⁸⁷

In dit geval wordt de cultuur van de minderheden alleen weggezet als iets waar de detailhandel geld aan kan verdienen, mocht zij op de consumptiepatronen van de minderheden willen inspelen. Het rapport zelf gaat echter bijna niet in op het feit dat startende ondernemers uit deze minderheidsgroepen zelf vaak een cruciale rol kunnen spelen in het aanbieden van etnische producten. In andere beleidsstukken worden de cultuur en de etnische producten ook vanuit een economische invalshoek benaderd. De gemeente Den Haag probeert onder andere met het project *City Mondial*, een project ter stimulering van het toerisme in Den Haag, de verschillende wijken te promoten als toeristische trekpleister. Deze wijken komen overeen met de wijken die in deze studie centraal staan, namelijk Transvaalkwartier, Stationsbuurt en Schilderswijk. In een voortgangsverslag van het *Economisch Stimuleringsgebied Den Haag (ESG)*, wordt het volgende vermeld over het doel en de uitkomst van project *City Mondial*:

‘City Mondial speelde zich vooral af in de omgeving van het Hobbemaplein, in de wijken Schilderswijk en Transvaal. Die liggen midden in het ESG. Deze multiculturele wijken vormen een kleurrijke samenleving. Elke bevolkingsgroep kent tenslotte zijn eigen winkels, eethuisjes, kledingzaken, juweliers, kappers, tempels of moskeeën. Deze diensten en producten zijn ook interessant voor toeristen en andere bezoekers van buiten deze wijken. City Mondial schept een nieuw toeristisch product: een samenhangend aanbod van producten en diensten van allochtone ondernemers en culturele inentingen.’⁸⁸

Uit bovenstaande citaat blijkt dus dat men een ‘toeristisch product’ wil maken van etnische producten en het multiculturele karakter van bepaalde delen van de stad. De gemeente beoogt

⁸⁷ WRR, *Op maat van het midden-en kleinbedrijf*, 123.

⁸⁸ Gemeente Den Haag, *Economisch Stimuleringsgebied Den Haag, voortgangsverslag 6* (Den Haag 2001) 19.

dit onder andere door het promoten van een kookboek genaamd; ‘*Tafelen in Transvaal en Smullen in de Schilderswijk*’.⁸⁹ Herin staan de gerechten van lokale ondernemers centraal en zijn deze samen afgebeeld met hun persoonlijke verhaal. De creatie van een wandeltour langs verschillende ondernemingen in het ESG moet eveneens prioriteit krijgen binnen project City Mondial. Hierbij zijn niet alleen horecaondernemingen en winkels met etnische producten van belang, maar ook de culturele en religieuze achtergrond van de bewoners van de wijk. Deze andere cultuur is blijkbaar, volgens de stad, interessant om in te zetten als toeristische trekpleister.

‘In samenwerking met de Stichting Promotie Den Haag is een dagtocht voor groepen ontwikkeld. Deze dagtocht, "Den Haag City Mondial" geeft een gevarieerd beeld van de multiculturele stad Den Haag. [...] Zo kan bijvoorbeeld een bezoek worden gebracht aan de Hindoetempel Ram Mandir, waar een priester uitleg geeft over religie en symboliek. Ook is het mogelijk om de lunch te gebruiken in de vele restaurants. Men kan zelf gerechten leren maken, zien hoe sieraden worden gemaakt of zich laten fotograferen in uitheemse kostuums. De ervaringen tot nu toe zijn zeer positief in het totaal heeft inmiddels een kleine duizend mensen de dagtocht City Mondial gemaakt.’⁹⁰

Uit het citaat hierboven blijkt ook dat ‘uitheemse kostuums’ werden gebruikt om bezoekers te trekken. De vraag is echter of dit inderdaad op lange termijn het beoogde effect had om het begrip te vergoten tussen de verschillende bevolkingsgroepen of dat deze aanpak juist stereotyperend heeft gewerkt. Wel staat vermeld dat de dagtocht sinds de start al een bescheiden succes blijkt te zijn. De doelstelling van het project is dan ook om lokaal ondernemerschap te stimuleren, alsook de integratie van deze etnische ondernemers te verbeteren. Dit komt overeen met de doelstelling van de gemeente Den Haag om etnisch ondernemerschap in te zetten als bron van werkgelegenheid en vooruitgang.

‘De stichting bevordert het etnisch ondernemerschap omdat de bestedingen van de bezoekers inkomsten zijn voor ondernemers uit de wijken. Dit heeft ook een positief effect op het aantal arbeidsplaatsen in het ESG. Het bezoek van toeristen stimuleert de contacten tussen de culturen en bevordert de integratie. City Mondial verbetert eveneens het imago van de multiculturele wijken in de stad. In het project vallen economie, integratie en beheer van de openbare ruimte samen.’⁹¹

De vraag is echter of dit doel geheel bereikt is met het project City Mondial. De dagtocht zelf bestond maar uit een aantal straten van de drie verschillende wijken. Hiermee worden dus zeker niet alle ondernemers geholpen binnen het ESG. Daarnaast bleek in de jaren na de start van het project dat veel bezoekers uit Den Haag zelf of de nabije omgeving kwamen en zij vaak maar kort verbleven in het gebied.⁹²

⁸⁹ R. Huijjer (et.al), *Tafelen in Transvaal en Smullen in de Schilderswijk* (Amsterdam 1998).

⁹⁰ Gemeente Den Haag, *Economisch Stimuleringsgebied Den Haag, voortgangsverslag (eerste jaar)* (Den Haag 2001) 23-24.

⁹¹ Dienst Stedelijke Ontwikkeling, *Economisch stimuleringsgebied Den Haag. Voortgangsrapport 2000-2001* (Den Haag 2001) 20.

⁹² Santokhi, *Immigrantenondernemerschap in Den Haag*, 155-160.

Ondanks dat kwam het project ook voort uit een verlangen van de stad Den Haag om meer internationale allure te verkrijgen. Hieruit kan ook verklaard worden waar het idee voor het project City Mondial vandaan kwam. In de jaren '90 was dit soort toerisme nog relatief nieuw. Toch vergeleek de stad zich met andere grotere steden die reeds een gebied binnen hun eigen stad hadden gecreëerd dat een distinctief eigen etnisch karakter had, namelijk Chinatowns. Alhoewel er niet direct wordt aangegeven dat City Mondial is geïnspireerd op dit soort wijken, lijkt het hier in de beleidstukken wel door ingegeven. Zo wordt er meerdere malen verwezen naar deze gebieden binnen steden over heel de wereld:

‘Chinezen hebben zich de afgelopen eeuw in alle delen van de wereld gevestigd. In sommige steden zoals Singapore, New York en Londen heeft dit geleid tot wijken die al snel zijn bestempeld tot Chinatowns, hoewel ze altijd bestaan uit een mix van diverse Aziatische culturen en nationaliteiten. In de Chinatowns vindt de bezoeker een contrastrijke woon- en werkgemeenschap - met fascinerende details en een bonte verzameling functies.’⁹³

Na de start van City Mondial, poogt de gemeente dan ook een eigen China Town te creëren in de stationsbuurt. Dit kleinere project zal onder project City Mondial komen te vallen, maar richt zich dan alleen op de Aziatische ondernemers in het ESG. Ook binnen dit project is de nadruk gevestigd op de positieve economische stimulans die dit voor etnische ondernemers kan betekenen.

‘Het gebied zou zich in de toekomst sterker kunnen profileren als gevolg van de beoogde trekkersfunctie van een China Town Den Haag op ondernemers, lokale bevolking en toeristen. Door de gemeente en het bedrijfsleven wordt een versterking van het concept nagestreefd om een belangrijke fysieke, functionele en economische impuls te realiseren.’⁹⁴

Naast deze economische invalshoek, aangaande de cultuur rondom etnische ondernemingen, wordt er in de beleidsstukken bijna niet ingegaan op hoe culturele verschillen of aspecten het etnisch ondernemerschap zouden kunnen bemoeilijken. Zoals we al eerder hebben gezien wordt er wel ingegaan op eventuele kennisachterstanden of taalbarrières, maar culturele barrières worden nauwelijks aangehaald. Eén opvallende uitspraak wordt echter wel gedaan in het WRR-rapport *Allochtonenbeleid* uit 1989, als het gaat over de participatie van personen met een migratieachtergrond op de zwarte markt. Hierover wordt vermeld:

‘Ook de zwarte arbeidsmarkt wordt voor een belangrijk deel geregeerd door de wetten van vraag en aanbod. Het lijkt aannemelijk dat op deze markt een omvangrijk aanbod van allochtonen bestaat. Zij verkeren immers vaak in een situatie waarin een zekere dwang bestaat om zich tot de zwarte markt te wenden. [...] Ook culturele factoren doen vermoeden dat de drempel voor toetreding tot de zwarte markt voor allochtonen laag is.

⁹³ Dienst Stedelijke Ontwikkeling, *Economisch stimuleringsgebied Den Haag*, 21.

⁹⁴ Dienst Stedelijke Ontwikkeling, *China Town Den Haag* (Den Haag 2003) 1.

De vergaande bemoeienis met het economisch leven, zoals die in Nederland bestaat, is voor vele allochtonen een vreemd fenomeen. Het onderscheid tussen formeel en zwart werken zal voor hen dan ook niet zozeer van betekenis zijn. In de samenlevingen waaruit men afkomstig is, stond zelfredzaamheid veel meer voorop en was sociale zekerheid soms een onbekend verschijnsel. Hiernaast leeft onder verschillende allochtone groepen, wellicht het duidelijkst onder personen van de eerste generatie, een sterk arbeidsethos. Dit kan ertoe leiden dat men liever nog veel slecht betaalde informele uren maakt, dan een uitkering accepteert.⁹⁵

In bovenstaande tekst wordt het als bijna vanzelfsprekend gezien dat minderheden deelnemen aan de zwarte markt. Dit zou niet alleen zijn vanuit financiële noodzaak, maar ook vanwege ‘culturele factoren’ en de algehele ‘arbeidsethos’ onder de eerste generatie migranten. Dit geeft een duidelijk beeld over hoe er gedurende deze periode gedacht werd over de arbeidscultuur van migranten. Waar we eerder al hebben gezien dat minderheden al werden weggezet als zijnde mensen met een gebrek aan professionaliteit, zien we hier dat hun cultuur invloed zou uitoefenen op hun keuze van werksector.

Conclusie

Dit hoofdstuk heeft de factor overheidsbeleid bekeken en op welke manier dit op het structurele niveau de mogelijkheden tot etnisch ondernemen in de onderzoeksperiode beïnvloedde. Onderzocht is welke toon het beleid aannam in deze periode en welke aannames over etnische ondernemers werden gemaakt binnen dit beleid.

Geconcludeerd kan worden dat het beleid door de jaren heen voornamelijk was gestoeld op het idee dat het starten van een onderneming een uitkomst zou kunnen bieden aan de slechte economische situatie van de migrantengroepen in Nederland. Specifiek werd in het beleid aangehaald dat dit zou zorgen voor meer banen en een betere integratie van deze doelgroepen. Opgemerkt kan echter worden dat dit beleid vaak geen duidelijke wetenschappelijke onderbouwing had. Het is dus ook te betwijfelen of etnisch ondernemerschap op de lange termijn uitkomst zou kunnen bieden aan de stad Den Haag om werkloosheid onder deze groep te verminderen.

Aangetoond is ook dat de gemeente Den Haag door gebruik te maken van de verschillen in cultuur van de etnische ondernemers in vergelijking met de Nederlandse ondernemers, de bedrijvigheid wilde stimuleren. Dit gebeurde onder andere door kleinschalige etnische ondernemers in een toeristisch kader te plaatsen. Dit zou dan, na het succes van internationale sterk etnisch gesegregeerde buurten, ook een commercieel succes moeten worden in de stad. Waarnaar het weer positief zou kunnen terugslaan op etnische ondernemers, aangezien het een vruchtbaar en winstgevend vestigingsgebied voor hen creëert.

Tevens kan uit de beleidsstukken worden opgemaakt dat er aannames bestonden over etnisch ondernemerschap. Deze belemmerende factoren waren, volgens het beleid, vooral het gebrekkige financiële en sociale kapitaal van de ondernemers. Daarnaast bestond in het beleid

⁹⁵ WRR, *Allochtonenbeleid*, 122.

ook het beeld dat zij minder professioneel waren. Uit deze aannames werden ook de oplossingen afgeleid die de gemeente inzette om belemmeringen tot het etnisch ondernemerschap te verminderen.

De vraag is of het beleid inderdaad een stimulerende rol heeft gespeeld in het ontwikkelen van etnisch ondernemerschap in Den Haag en of de aannames binnen dit beleid ook in de praktijk bleken te gelden voor deze ondernemers. In het volgende hoofdstuk zal hiernaar aan de hand van de individuele verhalen van Turkse en Surinaamse ondernemers gekeken worden.

3. Haagse etnische ondernemers en hun verhaal

In dit hoofdstuk zal gekeken worden naar etnische ondernemingen in Den Haag. Door middel van het analyseren van individuele verhalen van etnische ondernemers in de drie verschillende wijken kan worden gekeken naar hoe er werd omgegaan met etnisch ondernemerschap. Het hoofdstuk zal onder andere ingaan op de vragen: Wat voor ondernemingen werden er gestart? Welke producten werden er aangeboden en voor wie? Werd er gebruik gemaakt van overheidsinstanties en/of van het familiale netwerk bij het oprichten van de onderneming? De individuele verhalen bieden een lens waarmee het etnisch ondernemerschap in jaren '80 en '90 onderzocht kan worden. Door gebruik te maken van deze benadering wordt duidelijk welke factoren er een rol speelden bij het opstarten en onderhouden van deze specifieke ondernemingen in Den Haag gedurende deze periode. Eerst staat het gebruik van formele en informele netwerken door de ondernemers centraal. Vervolgens wordt geanalyseerd in hoeverre sector-specifieke factoren, zoals besproken in de introductie, een rol spelen. Vervolgens wordt het individuele niveau belicht en staan klasse, gender en etniciteit centraal en welke rol die speelden bij de twee verschillende groepen. Ten slotte komt de impact, die het beleid, besproken in hoofdstuk 2, had op de geïnterviewde ondernemers, aan bod.

3.1 Formele of Informele Netwerken?

Zoals in de inleiding van deze studie is besproken, is de toegang tot netwerken, zowel formeel als informeel, vaak een bepalende factor bij het ontstaan en voortzetten van etnische ondernemingen. Bij informele netwerken moet gedacht worden aan het contact met familie, vrienden en kennissen. Bij formele netwerken moet juist gedacht worden aan de contacten met instellingen, organisaties, professionele zakenrelaties en bijvoorbeeld de lokale overheid.⁹⁶ Het sociale kapitaal, wat men kan verkrijgen door gebruik te maken van deze netwerken en sociale structuren, is een middel dat ondernemers kunnen gebruiken bij het voeren van hun bedrijf.⁹⁷ Het gebruik van goedkope arbeidskrachten, voornamelijk familie, is hier een voorbeeld van. De toegang tot deze formele netwerken bleek bij immigranten in Nederland een bepalende factor voor succesvol ondernemerschap. Zo maakten Turkse en Marokkaanse eigenaren van hulp uit de eigen migrantengemeenschap gebruik.⁹⁸ Ook bij andere migrantengroepen in Nederland was de hulp van familieleden in veel gevallen cruciaal om het startkapitaal bijeen te krijgen. Deze afhankelijkheid van het informele netwerk wordt ook gezien als aanwijzing voor het feit dat etnische ondernemers in Nederland klaarblijkelijk moeilijker toegang kunnen krijgen tot formele netwerken. Dit geldt met name voor de eerste generatie etnische ondernemers in Nederland.⁹⁹ Verwacht wordt dus dat dit ook het geval is voor de geïnterviewde Turkse en

⁹⁶ J. Sequeira & A. Rasheed, 'The role of social and human capital in the start-up and growth of immigrant businesses', *International Research in the Business Disciplines* 4 (2004) 77-94, aldaar 77.

⁹⁷ A. Portes, 'Social capital: its origins and applications in modern sociology', *Annual Review of Sociology* 24(1) (1998) 1-25, aldaar 6.

⁹⁸ R. Kloosterman, J. van der Leun & J.C. Rath, 'Across the border: Economic opportunities, social capital and informal business activities of immigrants', *Journal of Ethnic and Migration Studies* 24(2) (1998) 249-268.

⁹⁹ P. Beckers & B.F. Blumberg, 'Immigrant entrepreneurship on the move: a longitudinal analysis of first-and second-generation immigrant entrepreneurship in the Netherlands', *Entrepreneurship & Regional Development* 25(7-8) (2013) 654-691.; Rusinovic, *Dynamic entrepreneurship*.

Surinaamse ondernemers in Den Haag. Het lijkt aannemelijk dat zij bij de oprichting van hun bedrijf ook voornamelijk gebruik hebben gemaakt van informele netwerken. Of dit ook zo is zal in deze paragraaf worden behandeld. Dit wordt specifiek gedaan door te kijken of de ondernemers bijvoorbeeld bepaalde middelen, financieel of in de vorm van arbeidskracht, verkregen via het formele of het informele netwerk. Verder is het van belang om goed te kijken waar deze netwerken elkaar doorkruisen of overlappen en of dit verschilt bij de twee onderzochte migrantengroepen. Ook moet in acht worden genomen welke rol de sector speelt (paragraaf 3.2) en of er op sectorniveau een verschil te zien is in de toegang tot de verschillende netwerken. Ter illustratie zullen twee individuele verhalen centraal staan, waarna vervolgens de andere geïnterviewde ondernemers zullen worden behandeld.

Turkse Supermarkt

Ismet werkt in de zaak van zijn broer in het hartje van de Schilderswijk. De kleine supermarkt is opgericht omstreeks 1987 en biedt een verscheidenheid aan levensmiddelen waaronder verse broodjes en groente. De twee broers zijn, toen ze jong waren, naar Nederland gekomen in het kader van gezinshereniging. Hun vader heeft arenlang zwaar werk heeft verricht op het Westland en in de bouw. Ismet is met zijn broer het bedrijf gestart nadat hij zelf een tijdje in de horeca had gewerkt. Ismet vertelt dat dat echt een verschil is tussen de eerste en de tweede generatie migranten. In het verleden, voorafgaand aan de stadsvernieuwingen, had het bedrijf ook meerdere nevenvestigingen in Den Haag. Dit waren er volgens Ismet in die tijd wel vier of vijf, allemaal in dezelfde branche. Op dit moment is er binnen de buurt veel concurrentie van winkels die hetzelfde soort producten aanbieden.¹⁰⁰

Bij de oprichting van het bedrijf van de broer van Ismet speelden zowel informele en formele netwerken een rol. Uiteraard blijkt dat op het gebied van arbeidskracht gebruik is gemaakt van het familiare netwerk, Ismet is immers in dienst genomen door zijn eigen broer. Over hoe de andere werknemers zijn gevonden vertelt Ismet het volgende:

I: Hoeveel werknemers heeft u in dienst?

R: Nou, ik heb geen werknemers in dienst, mijn broertje heeft werknemers in dienst. Die heeft drie werknemers op deze locatie.

I: Zijn dat allemaal familieleden, u bent natuurlijk ook een familielid?

R: Eén familielid. Maar twee andere.

I: En hebben die ook een Turkse achtergrond?

R: Eentje Turkse achtergrond en eh eentje geloof ik eh... Marokkaanse of Tunesische, dat weet ik niet.¹⁰¹

Hieruit blijkt dat de andere werknemers van het bedrijf niet allemaal via het informele netwerk zijn geworven, niet iedereen maakt bijvoorbeeld deel uit van de familie. Tevens valt op dat ook niet alle werknemers deel uitmaken van de eigen migranten gemeenschap. Zoals eerder besproken, halen etnische ondernemers, door middel van hun toegang tot de eigen gemeenschap

¹⁰⁰ Interview Ismet, 30 april 2021, Den Haag.

¹⁰¹ Idem.

hier vaak voordelen uit. Met name als het dan gaat over goedkope arbeidskrachten. Dit blijkt bij deze onderneming niet het geval, maar tekenend is dat de andere werknemer wél afkomstig is uit een andere minderheidsgroepering. De andere migranten groeperingen nemen dus een beduidende rol in.

Ook als het gaat over het verkrijgen van de middelen die gebruikt zijn om het bedrijf op te starten, wordt duidelijk dat dit zowel gedaan is door de toegang tot formele en informele netwerken. Voornamelijk in het geval van het startkapitaal komt dit naar voren. Onderstaande citaat wijst dit uit.

I: Eigen vermogen, lening,?

R: Eigen vermogen en ook lening.

I: Bij de bank of bij familieleden?

R: Ook van familieleden, maar ook van de bank. Beide.¹⁰²

Wat betreft andere hulp bij de oprichting van de zaak, dus niet financieel, blijken formele instanties echter een minder grote rol te spelen, maar blijkt het familiare netwerk juist weer van groot belang.

I: Heeft u bij de oprichten van de onderneming hulp gekregen van instanties, kennissen of familie?

R: Hulp? Wel van familieleden.

I: Maar niet van de gemeente dat u weet?

R: Nee.

I: Oké. Heeft u bij het oprichten van het bedrijf gebruik gemaakt van niet-overheid instanties. Ondernemingsvereniging bijvoorbeeld?

R: In het begin was erbij de andere locatie wel een ondernemersvereniging, maar op deze locatie is geen ondernemersvereniging.¹⁰³

Ismet geeft aan dat het bedrijf vroeger aangesloten was bij een ondernemersvereniging. Op die manier onderhield de onderneming contacten met andere ondernemingen van de buurt. Het is interessant om te kijken of deze formele connecties zich alleen bevonden binnen de eigen migrantengemeenschap of dat deze connecties met formele netwerken zich ook buiten de eigen groep bevonden. Het antwoord van Ismet, dat hieronder is weergegeven, geeft hier meer uitsluitsel over.

I: Had u tijdens het oprichten van de onderneming nog contact met andere ondernemers om tips en adviezen uit te wisselen?

R: We hebben altijd contact met ondernemers.

I: Speciaal ook met Turkse ondernemers of met allerlei ondernemers?

R: Met allerlei ondernemers. Groothandelaren, met leveranciers.

¹⁰² Idem.

¹⁰³ Idem.

I: Heeft u daar dan tips mee uitgewisseld en wat voor soort tips?

R: Die ene geeft tips over beleid, hoe je personeel moet opleiden. De ander geeft tips over hoe je producten in moet kopen.¹⁰⁴

Uit het antwoord van Ismet is gebleken dat de Turkse supermarkt niet specifiek formele contacten onderhoudt met mensen binnen de eigen gemeenschap. Het formele netwerk van de onderneming rijkt tot zakenrelaties in veel verschillende branches. De toegang tot dit brede formele netwerk biedt en heeft de onderneming veel mogelijkheden geboden om tips te ontvangen en om te groeien als bedrijf. De toegang tot het informele netwerk, hulp van familie, en het formele netwerk, hulp van financiële instanties en andere zakenrelaties, zijn dus blijkbaar belangrijk geweest bij het succes van deze etnische onderneming door de jaren heen en bij de oprichting.

Chinees-Surinaams eethuis

Jeffrey is mede-eigenaar van het familiebedrijf dat hij samen met zijn broers en zussen runt in de Schildersbuurt in Den Haag. Hij vertelt enthousiast over de geschiedenis van de onderneming. Zijn vader, van Chinees-Surinaamse afkomst, richtte het bedrijfje vlak na zijn komst in Nederland op, namelijk in 1977. Vanaf het begin af aan verkoopt het eethuisje een mix van Chinees en Surinaams voedsel. Jeffrey en zijn broers en zussen helpen als kinderen al mee in de zaak. Dit was volgens hem goed te doen, aangezien hun woonhuis gevestigd was, en nu nog steeds is, boven de zaak. In 2006 hebben de kinderen het bedrijf overgenomen, aangezien hun vader op leeftijd begon te raken. Door de jaren heen is er veel veranderd, zoals een vernieuwd pand, online bestellingen en nieuwe klanten, maar volgens Jeffrey is het Surinaams-Chinese voedsel en de vraag in de buurt er naar hetzelfde gebleven als tijdens de beginjaren van de onderneming.¹⁰⁵

Het verhaal van Jeffrey illustreert goed hoe een etnische onderneming zowel gebruik kan maken van formele als informele netwerken. Over de arbeidskrachten die de zaak in dienst heeft zegt Jeffrey:

I: Hoeveel werknemers heeft u in dienst?

R: Eh, één, twee, drie, vier. Vier.

I: Zijn dit ook allemaal familieleden of kennissen?

R: Ja, Allemaal familieleden.

I: Allemaal broers of zussen of ook de kinderen weer die helpen?

R: De kinderen... eh af en toe. Weet je, als je ze vraagt, maar liever niet.¹⁰⁶

Het is duidelijk dat de onderneming sinds de oprichting in 1977 echt een familiebedrijf is. Ook na de overname door de tweede generatie werken er alleen familieleden in het bedrijf. Zelfs de derde generatie, helpen soms mee. De vraag is of de onderneming in het begin ook voornamelijk

¹⁰⁴ Idem.

¹⁰⁵ Interview Jeffrey, 30 april 2021, Den Haag.

¹⁰⁶ Idem.

gebruik heeft gemaakt van het informele familiere netwerk, als het gaat over het verkrijgen van de middelen om het bedrijf te starten. Het antwoord op de vraag hierover maakt duidelijk dat deze hulp ook deels vanuit het informele netwerk afkomstig is.

‘I: U zei dat u vader vooral eigen vermogen had, maar heeft hij nog hulp gehad van familieleden of overheidsinstanties?

R: Meestal is het toch in eigen kringen. Families, ja we proberen toch elkaar te steunen.’¹⁰⁷

Blijkbaar was het informele netwerk belangrijk voor het succes van het bedrijf. Echter het succes van het bedrijf is niet alleen gestoeld op dit netwerk. Ook bleek de toegang tot het formele netwerk van belang. Hierbij valt wel op, in vergelijking met de Turkse supermarkt die hierboven is besproken, dat deze formele contacten zich voornamelijk bevinden binnen de eigen migrantengemeenschap. De waarde van deze formele connecties worden aantoonbaar wanneer Jeffrey de redenen bespreekt waarom zijn vader op de locatie in Den Haag is gestart.

‘I: Toen uw vader hier het allereerst begon, weet u waarom hij in deze wijk terecht was gekomen? Misschien vanwege de gemeenschap, omdat iedereen hier zat?

R: Ja, ja de gemeenschap die kwam hier en iedereen, de Chinese gemeenschap die blijft toch liever bij elkaar. Zo zie je ook bij andere culturen. Op een gegeven moment dan ja... jij gaat die kant, jij gaat die kant. Net als... ik weet niet of je Hollands Spoor een beetje kent? Daar heb je aan de overkant *Lung Fung*. Dat is ook een Surinaamse Chinees. Die kennen we dan ook heel goed. Dan ga je dan verspreiden weetje, jij gaat hier zitten dan ga ik daar zitten.’¹⁰⁸

Blijkbaar waren de connecties binnen de Chinese-Surinaamse gemeenschap een belangrijke reden voor hun vestiging in Den Haag. Uit bovenstaande citaat blijkt dat de ondernemingen van deze gemeenschap al jaren met elkaar samenwerken, onder andere door af te spreken wie zich waar in de wijk zou gaan vestigen. De connecties tussen de bedrijven van deze migrantengemeenschap komen nog meer naar voren als het gaat over het formele netwerk tussen ondernemers, bijvoorbeeld in de vorm van een ondernemersvereniging. Over of het Chinees-Surinaamse eethuis bij een ondernemersvereniging is aangesloten vertelt Jeffrey het volgende:

‘R: We zitten niet bij een ondernemersvereniging, maar we zitten wel eh... alle verschillende Chinese Surinaamse restaurants, die wij kennen althans die ik ken, die zitten wel bij elkaar. Ja. Het is wel als ik wat nodig heb, heb ik het. Of als hij iets nodig heeft komt hij daarvoor naar ons.

I: Dat is nu dan zo, maar werden er vroeger ook al tips uitgewisseld?

R: Ja. Dat is altijd zo geweest. Zijn vader kent mijn vader.’¹⁰⁹

¹⁰⁷ Idem.

¹⁰⁸ Idem.

¹⁰⁹ Idem.

De bovenstaande quote toont duidelijk aan dat de Chinees-Surinaamse gemeenschap in Den Haag op zichzelf is gericht en ook met elkaar samenwerkt, door het uitwisselen van tips. Weliswaar zijn dit connecties binnen het formele netwerk, het zijn immers zakenrelaties. Echter in tegenstelling tot de bovengenoemde Turkse ondernemer, zijn dit alleen formele connecties binnen de eigen migranten gemeenschap. Om te kijken hoe dit zich verhoudt tot de andere geïnterviewde ondernemers, zal hun toegang tot formele en informele netwerken hieronder kort worden besproken.

Ook bij de andere ondervraagde ondernemers speelt de toegang tot informele netwerken een grote rol bij het runnen van het bedrijf. Alle geïnterviewde ondernemers gaven aan dat familieleden deel uitmaakten van het personeel. Zo werden, partners, broers, zussen en kinderen genoemd als werknemers binnen het bedrijf. Veel ondernemers gaven ook aan dat het ging om een familiebedrijf, of om een bedrijf dat zij van hun ouders hadden overgenomen.¹¹⁰ Ook als het gaat over sociaal kapitaal geven ondernemers aan dat zij veelal gebruik maakten van de kennis binnen hun eigen informele sociale netwerk. Ramon, eigenaar van een Chinees-Surinaams afhaalrestaurant, (paragraaf 3.2) zegt hierover:

I: U had dus een soort eigen netwerk?

R: Ja dat was dus die familie uit Rotterdam waar ik het net over had. Over die oom, die had een schoondochter en die kwam even helpen bij het begin. Wat ik net zei, hoe langer je werkt, hoe meer ervaring je hebt en dan weet je ook hoe je het moet doen.’¹¹¹

Niet alleen voor kennis en arbeidskrachten maakten de geïnterviewde ondernemers gebruik van hun informele netwerk, ook op financieel gebied. In het totaal gaven twee van hen aan een gedeelte van de financiering van familieleden te hebben ontvangen of geleend.¹¹² Echter opvallend is dat, in tegenstelling tot wat er in paragraaf 2.2 wordt gesuggereerd, dat de toegang van de Haagse etnische ondernemers tot formele financiële ondersteuning een obstakel vormt voor deze ondernemers, dit bij de geïnterviewde ondernemers niet het geval bleek te zijn. Vier van de vijf ondernemers gaven aan geheel of gedeeltelijk gebruik te hebben gemaakt van een lening bij de bank bij de oprichting of bij uitbereiding van het bedrijf.¹¹³

I: Hoe kwam u aan de middelen om deze onderneming te starten? Eigen vermogen, lening etc.?

R: Een lening.

I: Was dat moeilijk of makkelijk bij de bank?

R: Toentertijd niet zo, toentertijd was alles wat makkelijker nu is alles wat moeilijker.’¹¹⁴

¹¹⁰ Interview Ismet, 30 april 2021, Den Haag.; Interview Meryem, 30 april 2021, Den Haag.; Interview Ramon, 30 april 2021, Den Haag.; Interview Salman, 30 april 2021, Den Haag.; Interview Jeffrey, 30 april 2021, Den Haag.

¹¹¹ Interview Ramon, 30 april 2021, Den Haag.

¹¹² Interview Jeffrey, 30 april 2021, Den Haag.; Interview Ismet, 30 april 2021, Den Haag.

¹¹³ Interview Ismet, 30 april 2021, Den Haag.; Interview Meryem, 30 april 2021, Den Haag.; Interview Ramon, 30 april 2021, Den Haag.; Interview Salman, 30 april 2021, Den Haag.

¹¹⁴ Interview Ramon, 30 april 2021, Den Haag.

Ramon geeft zelfs aan dat het in het verleden juist makkelijker was om een lening aan te vragen bij de bank.

Als het gaat over de contacten met de eigen gemeenschap en met andere ondernemers zie je tussen de Surinaamse groep en de Turkse groep een verschil. Zoals hierboven al beschreven had de Chinese-Surinaamse ondernemer Jeffrey een goed contact met de eigen gemeenschap. Binnen deze groep bleken de formele netwerken dus sterk en van invloed op het ontstaan en onderhouden van de onderneming. Bij de Turkse ondernemer Ismet bleken juist de formele relaties buiten de migrantengemeenschap het belangrijkste. Ook één van de andere geïnterviewde Turkse ondernemers gaf aan goed contact te onderhouden met de andere bedrijven en winkels in de straat. Deze behoorden wederom niet specifiek tot ondernemingen van mensen uit de eigen migrantengroep. Dit bedrijf gaf echter wel aan dat, als het ging om het verkrijgen van hun producten, de connecties binnen de eigen gemeenschap wel cruciaal waren. De ondernemer van de Turkse bruids- en feestkleding winkel (paragraaf 3.3), vertelde over deze banden het volgende:

I: Weet je ook waarom ze dan precies binnen deze branche begonnen zijn, heb je net wel al een beetje uitgelegd, omdat er geen feestkleding was?

R: Inderdaad omdat er geen feestkleding was. En eh, ja zij eh konden er heel makkelijk aan komen en verkopen en er was een grote vraag naar.

I: Hoe konden ze er makkelijk aan komen? Omdat ze contacten hadden bijvoorbeeld in Turkije?

R: Juist ja, heel veel contacten in Turkije, uit het buitenland. Waardoor ze eh lekker makkelijk konden aankopen.¹¹⁵

Uit dit verhaal blijkt dat het netwerk en de toegang tot dit netwerk voordelen biedt bij het ondernemen. Zo kon deze Turkse winkel door de contacten in Turkije makkelijker aan producten komen dan een Nederlandse ondernemer. De jurken werden immers in Turkije geproduceerd. Dit formele netwerk, waar deze onderneming gebruik van maakt, bevindt zich echter buiten Nederland en er is dus niet per sé sprake van het lokale Turkse netwerk en de gemeenschap, waar deze onderneming zijn voordeel uit haalt.

De toegang tot formele en informele netwerken staat dus blijkbaar in nauw verband met de keuze voor de branche of sector. In de volgende paragraaf zal daarom dieper worden ingegaan op de manier waarop de Haagse etnische ondernemers keuzes maken in het inkopen van hun producten, welke producten ze verkopen en of ze dit specifiek doen aan een bepaald soort klant.

3.2 Sectorspecifieke eigenschappen en etnische producten

In de inleiding van deze studie is naast de toegang tot netwerken ook aandacht besteed aan de rol die sectorspecifieke eigenschappen en etnische producten spelen bij het ontstaan en onderhouden van etnische ondernemingen. Hierbij werd gewezen op het feit dat binnen het

¹¹⁵ Interview Meryem, 30 april 2021, Den Haag.

theoretische kader is vastgesteld dat veel etnische ondernemers starten binnen de sector waarbij zij hun eigen migrantengroep kunnen bedienen.¹¹⁶ Dat bleek ook uit verschillende studies naar etnisch ondernemerschap in Nederland. Hieruit kwam naar voren dat de zogeheten etnische markten goede mogelijkheden boden aan migranten in Nederland, maar dat dit wel de groeimogelijkheden van de onderneming beperkte. Vooral eerste generatie ondernemende migranten in Nederland bevonden zich in een sector die makkelijk toegankelijk was en zich richtte op de eigen gemeenschap. Daarnaast bleek de competitie van andere etnische ondernemers binnen deze markt groot.¹¹⁷ Om dit te voorkomen was het nodig om buiten de eigen etnische markt te ondernemen. Dit werd in Nederland vaker waargenomen bij migranten uit de tweede generatie. Hindernissen als het spreken van de taal, opleiding en connecties zorgden ervoor dat dit vaak lastiger was voor eerste generatie migranten.¹¹⁸ Aannemelijk is dat de geïnterviewde Haagse ondernemers zich dus ook bevonden op beperktere etnische markten en zich hebben gericht op de eigen gemeenschap. De andere verwachte uitkomst is dat zij hun onderneming begonnen in sectoren die makkelijk toegankelijk waren.

Deze paragraaf zal daarom analyseren binnen welke sector de geïnterviewde ondernemers actief waren. Verkochten zij voornamelijk etnische producten aan mensen van hun eigen migrantengroep of boden zij een product aan dat zich binnen de mainstream markt begaf? Tevens wordt er gekeken welke rol etniciteit hierbij speelt en of er een verschil is te zien tussen de twee onderzochte groepen. Wederom zullen twee geïnterviewde personen ter illustratie dienen, waarna ook de andere geïnterviewden aan bod komen.

Chinees-Surinaams Afhaalrestaurant

Ramon, eigenaar van een Chinees-Surinaams eethuis, is in Suriname geboren en is met zijn ouders in 1977 naar Nederland gekomen vanwege de onafhankelijkheid van Suriname. In 1986 richt hij het Chinees-Surinaamse eethuis op in het centrum van de Schilderswijk. Het restaurant biedt door de jaren heen verschillende soorten producten aan, geïnspireerd op de Surinaamse en Chinese keukens. Vroeger waren dat meer varkensproducten, terwijl het nu juist meer kipproducten zijn die Ramon verkoopt. De inspiratie om de onderneming te starten kreeg hij door, toen hij jong was, vakantiewerk te doen bij het restaurant van zijn oom in Rotterdam. Na het behalen van verschillende certificaten en diploma's, begint hij met zijn onderneming. Aan het begin is het grootste obstakel eigenlijk zijn gebrek aan ervaring, maar met wat hulp van familieleden komt de onderneming uiteindelijk van de grond.¹¹⁹

Het verhaal van Ramon typeert de manier waarop etnische ondernemers de sector uitkiezen waarin ze gaan werken, maar ook de manier waarop zij de producten uitkiezen om te verkopen. Op de vraag wat voor soort klanten de zaak aantrekt vertelt Ramon het volgende:

¹¹⁶ R. Waldinger, *Through the eye of the needle: immigrants and enterprise in New York's garment trades* (New York 1986) 19.

¹¹⁷ Idem.

¹¹⁸ Beckers & Blumberg, 'Immigrant entrepreneurship on the move', 654-691.; Rusinovic, *Dynamic entrepreneurship*.

¹¹⁹ Interview Ramon, 30 april 2021, Den Haag.

'R: Vroeger veel Surinamers, eh Nederlanders en Afrikanen, toen woonden ze hier nog veel gemengd. Maar laatste tien jaar veel islamitische mensen, Marokkanen en Turken. Surinamers komen ook wel eens.

I: Maar minder dan vroeger?

R: Ja iets minder, want heel veel zijn ook verhuisd door de renovatie hier. Deze buurt is alleen maar nieuwbouw. Heel veel zijn ook weggegaan naar andere buurt.

I: Vroeger woonde hier dus een grotere Surinaamse gemeenschap?

R: Ja, veel Surinamers, veel blanke mensen ook Afrikanen, maar veel zijn er weg gegaan.¹²⁰

Aan de ene kant geeft Ramon aan dat hij zich in eerste instantie met zijn onderneming richtte tot de eigen gemeenschap. In de jaren '80 en '90 waren dit zijn voornaamste klanten, en was er vraag naar Surinaams eten. Dit was dan ook de reden dat hij binnen deze branche was gestart. Een andere reden was dat hij door zijn eigen afkomst verstand had van het Surinaamse eten. Hierin past het verhaal van Ramon binnen de gangbare aannames die er worden gedaan over etnische ondernemers en de keuze die zij maken voor de sector, namelijk dat zij een etnisch product aanbieden aan de eigen gemeenschap. Echter vertelt Ramon ook dat zijn klantenkring is veranderd door de stadsvernieuwingen en de vele Surinamers die hierdoor de Schilderswijk verlaten. In de academische literatuur wordt veelal aangenomen dat het lastig is voor etnische ondernemers om een bredere afzetmarkt te vinden en blijken daardoor op de langere termijn niet succesvol. Ramon vermeldt dit ook tijdens zijn interview, maar bespreekt ook de tactieken die hij heeft toegepast om dit te voorkomen.

'I: Merkt u dat ook in uw onderneming dat u minder kan verkopen.

R: Ja, [...], maar ja ze zoeken meer naar kipproducten. Vroeger toen er veel Surinamers waren, veel varkensvlees. Maar nu meer kipproducten en het moet ook halal zijn, dat soort dingen.

I: Dus u bent ook veranderd met de tijd?

R: Er wordt meer kip verkocht.¹²¹

Eén van de tactieken van Ramon is geweest om zijn producten aan te passen, om zo meer klanten te werven. Hij trekt hiermee, buiten Surinamers, ook meer andere minderheidsgroepen aan en past de producten zelfs aan, aan hun religieuze voorschriften. Tekenend is dat hij door de jaren heen wel aan een ander soort klant is gaan verkopen, maar dat dit dus vaak klanten zijn uit andere migrantengroepen en dat de toegang tot een zeer brede markt uit is gebleven. Ramon geeft ook een specifieke reden waarom de Surinaamse onderneming de transitie naar de mainstream markt niet heeft gemaakt.

'I: Richt u zich ook op een bepaalde soort klant?

¹²⁰ Idem.

¹²¹ Idem.

R: Nee hoor, want je moet toch die identiteit blijven houden. Je kan niet zeggen ik verkoop alleen kip niks meer. Dan ben ik een soort Kentucky geworden. Je moet toch die identiteit houden van dit is een Surinaams restaurant.’¹²²

Klaarblijkelijk is het dus niet zo dat de onderneming niet de toegang kon vinden tot een bredere markt, maar dat Ramon het etnische karakter van het restaurant dusdanig belangrijk vond dat hij, alhoewel aangepast aan nieuwe klanten en voorkeuren, eten is blijven verkopen met een Chinees-Surinaamse twist. Zijn etniciteit blijft dus significant met betrekking tot de keuze van product en sector.



Figuur 5: Chinees-Surinaams restaurant op de Vaillantlaan in 1988. Bron: Serc.nl. [bezoekt op 12-11-2021].

Turkse Slager

Salman, geboren in 1952, is al ruim 44 jaar in Nederland. Hij is hier naartoe gekomen vanuit Turkije met zijn vrouw om te werken en geld te verdienen. Nadat hij een tijdje in een bakkerij en in een vleesfabriek had gewerkt, opende hij in 1993 een slagerij midden in het Transvaalkwartier in Den Haag. Met een lening van de bank en eigen vermogen wist Salman een pand te kopen. Zijn broers en andere familieleden hielpen mee als werknemers. Hij vertelt dat hij op deze locatie al ruim 28 jaar vleesproducten levert aan een vaste klantenkring, maar dat de concurrentie binnen de buurt groot is. Daarnaast spreekt hij over een moeizame start, omdat er in het begin in de buurt junkies rondliepen die overlast veroorzaakten. Gelukkig zijn

¹²² Idem.

deze problemen nu opgelost volgens Salman en ondervindt hij niet meer dergelijke problemen.¹²³

Het verhaal van Salman geeft goed aan dat een etnische ondernemer niet per sé etnische producten hoeft te verkopen om succesvol te zijn. Opvallend is namelijk dat Salman wel aan migranten zijn producten verkoopt, maar dat deze niet binnen zijn eigen gemeenschap vallen. Zo antwoordt Salman bijvoorbeeld op de vraag over de producten die hij verkoopt en de klanten op wie hij zich richt het volgende:

I: Wat voor soort producten levert u? Vlees?

R: Ja, vlees en soms ook beetje kruiden. Alleen vlees en kruiden.

I: Richt u zich op een specifiek soort klant?

R: Ja, bij mij klanten meestal Hindoestanen en Surinamers. Ja, deze buurt is alleen buitenlanders, niet veel Nederlanders hier.

I: Nier veel Turken?

R: Nee, niet. Alleen Hindoestanen en Surinamers meestal klant. Maar, wel eens andere klanten.¹²⁴

Uit bovenstaande quote blijkt dat de klanten van de heer Salman voornamelijk komen uit de Hindoestaanse en Surinaamse gemeenschap. Hij wijst tijdens het interview ook naar specifiek soort gekruide gerechten in de zaak die juist binnen deze migrantengroep in de smaak vallen. In dit geval is er dus geen sprake van het inzetten van de kennis van specifiek soort etnische producten, maar juist van aanpassing aan de vraag van de markt. De Turkse slager heeft in dit geval ook informatie verkregen over welke kruiden er worden gebruikt bij de gerechten van een andere migrantengemeenschap. In dat opzicht voldoet Salman aan de vraag naar een etnisch product, namelijk een specifiek soort gekruide vlees, maar valt dat niet samen met de definities van etnische producten die vaak in de theorie worden aangehaald. Het succes van de slagerij van Salman is immers niet te danken aan zijn kennis van een Turks etnisch product of de gemakkelijke toegang tot dit product via de connecties met de Turkse gemeenschap. Salman geeft zelf aan bijna geen Turkse klanten te hebben. Als het succes van de slagerij van Salman niet berust op het eigen netwerk, op wat voor manier zorgt hij er dan voor dat zijn marktaandeel binnen de buurt groot blijft? Daarover vertelt hij het volgende:

I: Is er in deze buurt veel concurrentie?

R: Dat is wel erg hé. Als eentje prijs laag, de andere gelijk prijs lager. Andere slagerij komt die lage prijs kijken, die doet ook lager. Maar wij zijn langere tijd hier, bekende winkel. [...] Omdat, ik neem alleen kwaliteit, niet rommel vlees. Schapen, lammen, runderen, kip. Beetje meer betalen, maar kwaliteit nemen, daarom klanten allemaal hierheen.¹²⁵

¹²³ Interview Salman, 30 april 2021, Den Haag.

¹²⁴ Idem.

¹²⁵ Idem.

Uit het antwoord van Salman blijkt dat het langdurige bestaan van de slagerij voornamelijk verklaard kan worden door de goede reputatie van de zaak in de buurt en de kwaliteit van het vlees wat hij aanbiedt. Hieruit blijkt dat het succes van etnische ondernemers naast theoretische factoren ook gewoon moet worden gezocht in het aanbieden van goede producten zoals dat in het algemeen voor ondernemers geldt.

Van de vijf geïnterviewde ondernemers, gaven twee aan dat zij zich specifiek of voor een deel richtten op klanten uit hun eigen gemeenschap. De ander drie gaven aan dat zij zich niet speciaal op de eigen gemeenschap richten. Opmerkelijk is dat de twee ondernemers die aangaven zich op de eigen gemeenschap te richten de Surinaamse ondernemers waren die geïnterviewd zijn voor deze studie. Zoals hierboven was te lezen hebben deze ondernemers zich echter ook met de tijd aangepast om zo hun marktaandeel te kunnen vergroten. Beide ondernemers gaven echter aan zich tijdens de eerste jaren van de onderneming specifiek te richten tot Surinamers.¹²⁶

Eén ander voorbeeld hiervan is de, in hoofdstuk 1 genoemde, Hindoestaanse onderneming Bharat B.P. Lachmansingh. Bij deze onderneming blijkt dat ook het Hindoestaanse deel van de Surinaamse gemeenschap zich vooral richt tot de eigen doelgroep. In een krantenartikel uit 1990 wordt een deel van de producten als volgt beschreven:

‘Achter in de zaak staan rituele voorwerpen. Ze zijn voornamelijk bestemd voor Antilliaanen en Surinamers. Honderden soorten oliën, badzouten en kaarsen vormen de basis.’¹²⁷

Uit het citaat blijkt dat de onderneming een belangrijke functie inneemt, door middel van het aanbieden van etnische religieuze producten aan de eigen gemeenschap. Later blijkt de zaak zich echter ook uit te bereiden, om zo toegang te vinden tot een bredere markt. De onderneming heeft zijn assortiment namelijk uitgebreid met allerlei soorten religieuze producten. Hierover wordt in een *Trouw* artikel uit 2010, over een interview met de eigenaar, het volgende gezegd:

‘Ook verkocht Lachmansingh artikelen voor moslims die ze gebruiken bij hun gebeden en rituelen. Niet bepaald iets wat past bij een orthodoxe brahmaanse hindoe, maar hij deed het gewoon. Zijn eigenwijsheid en handelsgeest zorgden voor acceptatie binnen de gemeenschap.’¹²⁸

Hiermee richten ze zich uiteindelijk niet meer alleen op de eigen gemeenschap, maar ook voornamelijk tot leden van andere migrantengemeenschappen.

Waar de Surinaamse ondernemers zich in eerste instantie dus vooral lijken te richten op de eigen gemeenschap, geldt dit niet voor de geïnterviewde Turkse ondernemers. Eerder werd al uiteengezet hoe de Turkse Salman zich richtte tot andere migranten en ook zijn producten hierop aanpaste. Ook de andere Turkse ondernemers hebben niet de Turkse klant specifiek als

¹²⁶ Interview Ramon, 30 april 2021, Den Haag.; Interview Jeffrey, 30 april 2021, Den Haag.

¹²⁷ ‘Little India in het centrum van Rotterdam. Waarom nog koffers en rugzakken vol souvenirs uit India sjouwen als het ook om de hoek te krijgen is.’, *Het Vrije Volk*, 8 augustus 1990, 13.

¹²⁸ ‘Grossier in religieuze artikelen’, *Trouw*, 14 juni 2010.

focus. De Turkse supermarkt uit paragraaf 3.1 heeft bijvoorbeeld wel veel Turkse klanten, maar richt zich niet in het bijzonder tot deze groep klanten. Op de vraag of hij veel Turkse klanten ontvangt in de winkel antwoordt hij namelijk het volgende:

R: Van alles hebben we hier. Van allerlei nationaliteiten Ghanezen, Chinezen Surinaams, Indiaas, eh Hollanders gewoon.

I: Richt u zich ook specifiek op een bepaald soort klanten, met de producten die u aanbiedt?

R: Nou groot percentage klanten van mij zijn vanuit Turkse achtergrond, maar daarnaast zijn er ook allerlei andere klanten. Iedereen is welkom hier.

I: U biedt dan ook speciaal Turkse producten aan of dat niet?

R: Nee, dat niet.¹²⁹

Wederom maken leden van andere migrantengroepen deel uit van de klantenkring. Daarnaast is het opvallend dat de supermarkt niet specifiek Turkse producten aanbiedt, ondanks dat dit allicht, vanwege de toegang tot de eigen gemeenschap, misschien makkelijker te verkrijgen en verkopen zou zijn. De al eerder genoemde Turkse bruids- en feestkleding winkel (paragraaf 3.3), maakte wel gebruik van hun toegang tot het Turkse netwerk, om aan de producten te komen. Echter verkoopt ook dit bedrijf niet specifiek alleen aan de eigen gemeenschap. Over de klantenkring, en met name de Nederlandse klanten van de zaak, wordt immers het volgende gezegd:

I: Maar niet mensen met een Nederlandse achtergrond?

R: Nou jawel. Heel erg veel. Heel erg veel. Pakken daar zijn ze zo blij mee. Bruidsjurken ook super blij mee, maar ik heb de leukste meisjescollectie. Dus ik verkoop ook heel veel aan Nederlanders dus.

I: Misschien is het ook iets wat de van origine Nederlandse winkels niet aanbieden qua stijl?

R: Dat klopt en we zijn toch wat, net een tikje meer qua dingen en qua prijzen heel erg goedkoop dus... Ik heb heel veel klanten en heel veel Nederlandse klanten ook.¹³⁰

Ondanks dat deze etnische onderneming klanten had en heeft van elke nationaliteit of afkomst, kan er echter nog niet gesproken worden van een toetreding tot de mainstream markt. De producten die worden verkocht, excentriekere feest- en bruidsjurken, zijn niet in Nederlandse winkels te vinden. Hiermee onderscheidt de Turkse onderneming zich van Nederlandse winkels.

Het is wel van belang om te benoemen dat de geïnterviewde groep ondernemers klein is en dat er ook binnen de Turkse gemeenschap ondernemingen waren die zich speciaal richtten tot de eigen gemeenschap. De vele koffiehuisen in Den Haag in de onderzoeksperiode zijn hier een voorbeeld van. Een artikel uit het *NRC handelsblad* uit 1992 schetst een karakteristiek beeld van de klanten die deze koffiehuisen zo al bezochten:

¹²⁹ Interview Ismet, 30 april 2021, Den Haag.

¹³⁰ Interview Meryem, 30 april 2021, Den Haag.

‘In het pas verbouwde pand staan meer dan honderd Turkse mannen, oud en jong. Ze dragen colberts, en overhemden zonder das. Ze drinken koffie, thee of spa. Sterke drank wordt er niet geschonken.’¹³¹

De Turkse koffiehuisen in Den Haag trokken dus blijkbaar een breed mannelijk publiek uit de eigen migrantengroep aan. De producten die werden aangeboden waren dan ook aangepast aan de voorkeuren van de gemeenschap.

Gesteld kan worden dat de Surinaamse ondernemers zich in het begin echt hebben gericht op de eigen gemeenschap en daarmee ook etnische producten aanboden. Later hebben sommige van hen hun assortiment aangepast om te kunnen concurreren. Terwijl de Turkse ondernemers in Den Haag zich alleen in sommige gevallen richtten tot de eigen gemeenschap. Wel waren vaak de andere minderheidsgroeperingen de klanten van deze etnische ondernemingen. De ondernemingen konden klaarblijkelijk nog moeilijk toetreding vinden tot een bredere markt.

Op sectorniveau zijn er dus verschillen te bekennen tussen de twee groepen migranten, de vraag is natuurlijk of hierin meer inzicht kan worden gegeven als er gekeken wordt naar het individuele niveau. In de volgende paragraaf zal er dan ook met een intersectionele lens gekeken worden naar de etnische ondernemingen.

3.3 Intersectionaliteit; gender, klasse, etniciteit

In de inleiding is al een kort overzicht gegeven van het theoretische kader rondom intersectionaliteit en etnisch ondernemerschap. Hieruit is gebleken dat dit een vruchtbaar kader biedt om het ontstaan van etnische ondernemingen beter te begrijpen. Op het gebied van gender bleek al eerder uit Nederlandse studies dat vrouwen van Turkse afkomst vaker te maken kregen met culturele stigma's die hen belemmerde in het starten van een onderneming.¹³² Verwacht wordt dus dat er op dit gebied in deze studie een verschil is te zien tussen de Surinaamse en Turkse ondernemers. Als het gaat over de factor klasse, kwam naar voren dat etnische ondernemers in Nederland veelal minder persoonlijk kapitaal hadden in vergelijking met Nederlandse ondernemers.¹³³ Een aanname is dat het Turkse en Surinaamse ondernemerschap, wat centraal staat binnen dit onderzoek, valt binnen dit beeld van laaggeschoolde personen met relatief weinig financieel kapitaal.

Om deze hypothesen te testen zullen de factoren gender, etniciteit en klasse in deze paragraaf verder worden belicht. Het stellen van gerichte vragen aan de geïnterviewde ondernemers heeft ervoor gezorgd dat de interactie tussen deze factoren goed kan worden weergegeven en geanalyseerd. Eerst zal één specifiek verhaal centraal staan in deze paragraaf. Dit verhaal geeft op duidelijke manier weer hoe complex de relatie is tussen gender, etniciteit en klasse en hoe dit het ondernemerschap kan beïnvloeden.

¹³¹ ‘Het koffiehuis’, *NRC Handelsblad*, 21 november 1992, 6.

¹³² Essers, Benschop & Doorewaard, ‘Ondernemen tussen twee culturen’, 28-41.

¹³³ Kloosterman, van der Leun & Rath, ‘Mixed Embeddedness’, 262-283.

Turkse bruids- en feestkleding winkel

Meryem, werkzaam in de bruids- en feestkledingwinkel van haar ouders, vertelt hoe het bedrijf tot stand is gekomen en hoe het zich door de jaren heen heeft ontwikkeld. De ouders van Meryem zijn in 1986 begonnen met een kleine kinderkledingwinkel in het Transvaalkwartier. Later hebben zij het pand ernaast ook gekocht en de winkel uitgebreid tot een ware bruids- en feestkledingwinkel. Op het moment dat de ouders van Meryem van Turkije naar Nederland emigreerden hadden zij het niet breed. Geboren in 1957 en 1960 groeiden beiden in Turkije op in armoede. Ze kwamen naar Nederland om te werken en geld te verdienen. Toen was de vader van Meryem ongeveer 18 jaar oud. Hij kwam na aankomst in Nederland eerst te werken in een metaalbewerkingsbedrijf. De moeder van Meryem was toentertijd zowel werkzaam in fabrieken als binnen een schoonmaakbedrijf, alvorens zij samen hun onderneming zijn gestart.¹³⁴

Het verhaal van de onderneming van Meryem en haar familie biedt een goed kader om nader in te gaan op de interactie tussen etnisch ondernemerschap en intersectionaliteit. Uit het interview blijkt namelijk dat factoren als gender, klasse en etniciteit een grote rol hebben gespeeld bij het oprichten en het onderhouden van de specifieke onderneming. Iets waarbij dat naar voren komt zijn de verschillende factoren die belangrijk waren bij de oprichting van de onderneming. Over de motivatie om in Nederland uiteindelijk een bedrijf op te richten vertelt de dochter namelijk het volgende:

‘Hun motivatie... eh. Het was eigenlijk zo, ze hebben jarenlang in armoede geleefd. In Turkije hebben ze kilometers afstanden gelopen om katoen te plukken en te doen en toen kwamen ze uiteindelijk hier. En daar in onze omgeving waren er heel veel bruiloften en daar kon je heel makkelijk feestkleding vinden en hier bijna niet. Hier was alles best wel saai voor kleding en op die manier zijn ze toen babyjurkjes gaan verkopen, babykleding gaan verkopen. We hadden de leukste babysokjes met kant. We waren echt één van de eerste in Nederland die dat verkochten en daardoor werden we heel erg bekend in de wijk en daarna nog buiten de wijk. [...]’¹³⁵

Uit het bovenstaande citaat, wordt duidelijk dat hier zowel klasse, gender als etniciteit een belangrijke rol hebben gespeeld. Zo werd aangegeven dat armoede één van de redenen was om de zaak op te starten. Op dit punt is klasse klaarblijkelijk van belang geweest als factor bij de oprichting. Daarnaast kan worden beargumenteerd dat etniciteit ook een rol speelde bij de oprichting. Eerder is al gebleken dat door de toegang tot het Turkse netwerk, makkelijk bepaalde producten, in dit geval speciaal soort bruidsjurken en feestkleding, kon worden verkregen. Uit het antwoord van Meryem volgt verder dat de Turkse etniciteit van de familie van invloed was op de gekozen sector, aangezien zij binnen de gemeenschap een gat in de markt zagen. Het soort uitbundige kleding wat binnen de migrantengroep gebruikelijk was, werd in de Nederlandse winkels niet aangeboden. Wel is de familie eerst klein gestart met babyjurkjes, voordat ze ook ander soort feestkleding gingen aanbieden. Bovendien kan over de product- en

¹³⁴ Interview Meryem, 30 april 2021, Den Haag.

¹³⁵ Idem.

sectorkeuze worden gesteld dat deze ook gendered is. Alhoewel de keuze om een kledingzaak op te richten niet per sé een keuze hoeft te zijn die beïnvloed is door de factor gender, kan worden aangenomen dat producten als babykleding, bruidsjurken en andere feestkleding vaker worden geassocieerd met een vrouwelijke klant. Alhoewel de onderneming ook pakken en andere mannelijke feestkleding verkoopt, is de reputatie van de winkel op de uitbundigere feestjurken gebaseerd.

De doorkruising van de factor gender en klasse valt ook op een andere manier terug te vinden in het verhaal van de ouders van Meryem.

‘R: Eigen vermogen. Ze hebben echt gewoon eh in... mijn moeder heeft politiebureaus schoongemaakt. Mijn vader heeft in fabrieken gewerkt en op die manier zijn ze... Ik kan me herinneren dat mijn moeder tweedehands kleding droeg en ons dan wel goedkope marktkleding gaf toen. En zij droeg gewoon tweedehands kleding. Altijd sparen en ze had niks buiten zonder dat haar kinderen erbij waren.’¹³⁶

Als gastarbeiders hebben de ouders van Meryem in eerste instantie na hun aankomst in Nederland vooral laaggeschoold werk verricht. Om hun onderneming te kunnen starten hebben zij veel geld moeten sparen. Echter hebben zij zelf blijkbaar ook na de oprichting nog erg zuinig geleefd. In dat opzicht is de factor klasse hier weer van grote invloed. Zonder opleiding en met weinig geld, bevond de familie zich in het armere segment van de samenleving. Maar de onderneming heeft het wel mogelijk gemaakt dat zij later, door het runnen van een succesvolle zaak, konden uitbreiden. Ook hebben de ouders van Meryem sinds de oprichting de mogelijkheid gekregen om verschillende ondernemerscursussen te volgen en certificaten te halen. De onderneming is nu zelfs een erkend leerbedrijf voor stagiaires. Dit toont dus aan dat de aannames in het overheidsbeleid, namelijk dat etnisch ondernemen een ‘sociale lift’ kan veroorzaken, juist bleken te zijn in dit geval. Daarnaast moet worden opgemerkt dat zij er echter niet vanuit gingen dat het bedrijf sowieso een langdurig succes zou worden. Zij zagen het beginnen van een onderneming in eerste instantie als risicovol, gezien veel startende ondernemingen het niet lang volhouden. Iets wat, zoals is besproken, niet wordt geadresseerd binnen het beleid. Echter is het wel van belang om te benoemen dat de familie van ditzelfde overheidsbeleid geen gebruik hebben gemaakt.

I: Nog van andere overheidsinstanties of kennissen hulp gehad, niet per se financieel?

R: Nee, helemaal niet. Ze hebben het echt alleen gedaan. Mijn moeder had heel gebrekkig Nederlands toen en eh... zij heeft het hier toen gestart met mijn vader. Maar mijn vader is door gaan werken in de fabriek om te kijken, weet je van voor hetzelfde geld loopt het niet, dan heeft hij zijn baan niet opgezegd.

I: Dus je moeder stond eigenlijk alleen in de zaak?

R: Alleen met gebrekkig Nederlands ja.’¹³⁷

¹³⁶ Idem.

¹³⁷ Idem.

Uit bovenstaande citaat is echter wel interessant om op te merken dat de Turkse moeder als enige in de zaak stond in de beginjaren. Dit ondanks dat zij de taal niet machtig was. Dus niet alleen komt de factor gender terug in de sectorkeuze, maar ook in de manier waarop het bedrijf op een dagelijkse basis opereerde. Dit verhaal gaat direct in tegen het beeld wat vaak over eerste generatie Turkse vrouwen wordt geschetst, namelijk dat zij zich in de meeste gevallen binnen eigen kringen begeven en moeilijk integreren of dat zij zich vanwege culturele rolpatronen afzijdig zouden houden.¹³⁸ Tot op deze dag bewijst deze onderneming het tegendeel, gezien nu hun Turkse dochter, net als haar moeder, bijna dagelijks achter de toonbank staat.



Figuur 6: Modewinkels in het Transvaalkwartier op de Paul Krugerlaan in 1998. Bron: Paul Lunenburg, Haags Gemeentearchief Collectie Dienst Stedelijke Ontwikkeling.

Bij de andere ondernemingen heeft de factor gender ook invloed op het ondernemerschap. Zo valt het op dat in de Surinaamse ondernemingen vrouwelijke familieleden in beide gevallen meewerken in de zaak. Bij het verhaal van Jeffrey was reeds te zien dat het familiebedrijf eigendom was van de broers en zussen samen en dat zij samenwerkten om de onderneming draaiende te houden. Ook bij de andere Surinaamse onderneming was er een vrouwelijke medewerker, namelijk de vrouw van Ramon zelf. Dit bleek uit zijn antwoord op de volgende vraag:

‘I: Werkt u alleen in de zaak?’

¹³⁸ Essers, Benschop & Doorewaard, ‘Ondernemen tussen twee culturen’, 24.

R: Nee hoor! Ik heb ook personeel en mijn vrouw.’¹³⁹

Uit bovenstaande citaat blijkt dat Ramon het vrij normaal vindt dat zijn vrouw hem meehelpt in de zaak. Iets wat ook bij veel andere bedrijven in de middenstand vaak het geval is. Bij sommige geïnterviewde Turkse ondernemingen ontstaat er toch een ander beeld rondom vrouwen in de zaak. Ondanks dat uit het verhaal van Meryem blijkt dat er uitzonderingen mogelijk zijn, bevestigen de andere twee Turkse winkels het beeld rondom vrouwelijke Turkse ondernemers, namelijk dat zij minder invloed uitoefenen op het bedrijf. In het ene geval betekent dat, dat zij tijdens het interview niet aan bod komen. In het andere geval wordt er expliciet op in gegaan.

‘I: Helpt u vrouw ook wel eens in de winkel?

R: Nee, vrouw komt niet meer. Omdat, is zwaar werk, vrouw kan niet. Vrouw alleen eten.’¹⁴⁰

Salman vertelt, zoals hierboven te lezen, met een grote glimlach dat het werken in de slagerij voor zijn vrouw te zwaar is, maar dat zij wel vaak van de producten komt eten.

De factor klasse speelt, zoals in het verhaal van Meryem’s familie ook al te lezen, bij alle ondernemingen op twee manieren een rol. Aan de ene kant speelt het een rol bij de reden om het bedrijf op te starten door op een relatief eenvoudige manier met laaggeschoold werk zelfstandig geld te kunnen verdienen.¹⁴¹ Aan de andere kant speelt het juist een rol als het gaat om het aspect opleiding. Hierbij is dan vooral ook een verschil te zien tussen de eerste generatie migranten en de tweede generatie. Opvallend is wel dat het gebrek aan diploma’s of opleidingen in geen van de gevallen een belemmering vormt voor het starten van de onderneming.¹⁴² Iets wat in de beleidsstukken wel naar boven kwam als zijnde een grote probleemfactor bij etnisch ondernemen in de periode 1980-2000 (paragraaf 2.2). Het is zelfs zo dat twee van de vijf ondernemers aangaven voor de oprichting van de onderneming een diploma of certificaat op zak te hebben.

‘I: Had u certificaten of diploma’s nodig voor de oprichting?

R: Eeh ja, ik had toen al café bedrijf en restaurant diploma gehaald ofzo. Maar eerst café bedrijf en ook detailhandel had ik ook gedaan.’¹⁴³

Ramon had klaarblijkelijk voor de oprichting van zijn afhaalrestaurant al verscheidene diploma’s in zijn bezit. Ook de broer van Ismet had voorafgaand aan de oprichting van zijn levensmiddelenwinkel al een specifieke opleiding afgerond, alsmede branchecertificaten gehaald.

¹³⁹ Interview Ramon, 30 april 2021, Den Haag.

¹⁴⁰ Interview Salman, 30 april 2021, Den Haag.

¹⁴¹ Interview Ismet, 30 april 2021, Den Haag.; Interview Meryem, 30 april 2021, Den Haag.; Interview Ramon, 30 april 2021, Den Haag.; Interview Salman, 30 april 2021, Den Haag.; Interview Jeffrey, 30 april 2021, Den Haag.

¹⁴² Interview Ismet, 30 april 2021, Den Haag.; Interview Meryem, 30 april 2021, Den Haag.; Interview Ramon, 30 april 2021, Den Haag.; Interview Salman, 30 april 2021, Den Haag.; Interview Jeffrey, 30 april 2021, Den Haag.

¹⁴³ Interview Ramon, 30 april 2021, Den Haag.

I: Had u of uw broertje certificaten of diploma's nodig voor het uitoefen van dit beroep?

R: Ik denk dat hij wel certificaten nodig had. In die tijd waren wel eh branchecertificaten nodig.

I: Maar niet per se een opleiding?

R: Hij had wel een bakkersopleiding gedaan.¹⁴⁴

De visie, zoals te vinden in de beleidsstukken, dat alle etnische ondernemers laaggeschoold waren en een gebrek aan professionaliteit hadden blijkt uit deze persoonlijke verhalen en ervaringen van de Haagse ondernemers geenszins correct.

Daarnaast valt op bij de factor klasse, dat de kinderen van de ondernemers (tweede en derde generatie migranten), hebben geprofiteerd van het ondernemerschap van hun ouders. Zo geeft slager Salman, zelf ongeschoold, aan dat al zijn kinderen hebben gestudeerd.

R: [...] Vier kinderen allemaal getrouwd. Ik heb twee zoons. Eentje bouwingenieur, universiteit afmaken alle twee. Twee dochter allebei werken bij gemeente. Alles weg, ik en vrouw thuis alleen. Wat moet ik doen hier. Alle kinderen zeggen, papa ga naar Turkije, lekker rustplek. Maar wij willen niet. Weet je waarom? Ook nog acht kleinkinderen hier.¹⁴⁵

Dat de kinderen van Salman de zaak niet zullen overnemen lijkt waarschijnlijk. Ook in het verhaal van Jeffrey is dit terug te vinden.

R: [...] Dus ja, het is eigenlijk van vader op zoon of dochter en dan gaat het zo door. Maar, op een gegeven moment... ik denk dat ik de laatste generatie ben. Mijn dochter, die studeert hier. Weet je. Zij hebben een andere visie, een ander beeld daarbij. Want in principe is horeca best hard werken, ik begin hier om negen uur en ik eindig om negen uur. Dus ja. De jongeren, de generatie na mij, die ziet het niet meer zitten in deze branche.¹⁴⁶

Door de ondernemingen van hun ouders hebben de kinderen dus vaak een beter socio-economische positie kunnen verkrijgen en blijkt het harde werk van het zelfstandige ondernemerschap niet meer zo aantrekkelijk dan dat het deed voor hun ouders of grootouders. In dat opzicht is het idee achter het stimuleringsbeleid, dat dit de economische positie en integratie van minderheden zou verbeteren, bevestigd.

De factor etniciteit is in de vorige twee paragrafen al uitgebreid aan bod gekomen, omdat bleek dat dit zowel de toegang tot informele als formele netwerken beïnvloedde, als ook de markt en producten bepaalde waar de ondernemers zich mee bezighielden. Het is echter gebleken dat de combinatie van de drie factoren, gender, klasse en etniciteit, maakt dat op gemeenschapsniveau als ook op individueel niveau, de ervaringen en het succes van de verschillende ondernemers wordt gevormd. Om deze reden is het lastig om grote

¹⁴⁴ Interview Ismet, 30 april 2021, Den Haag.

¹⁴⁵ Interview Salman, 30 april 2021, Den Haag.

¹⁴⁶ Interview Jeffrey, 30 april 2021, Den Haag.

overkoepelende conclusies te trekken over de twee verschillende migrantengroepen, elke ondernemer wordt op zijn of haar manier, persoonlijk beïnvloed door vele factoren.

3.4 Ervaringen met het Haagse beleid

In hoofdstuk 2 is het overheids- en gemeentebestuur geanalyseerd. Hieruit bleek dat er plannen waren om etnisch ondernemerschap te stimuleren om zo de socio-economische positie van de minderheden in Den Haag te verbeteren. Een van de lokale projecten om dit te bereiken was *City Mondial*, waarbij tevens toerisme werd gestimuleerd door middel van het promoten van etnische producten. Frappant is echter dat, als je kijkt naar de persoonlijke verhalen van de Haagse etnische ondernemers, geen van hen aangeeft het gemeentebestuur als stimulerend te hebben ervaren. Sterker nog, alle vijf de geïnterviewde ondernemers geven aan niets van het gemeentebestuur te hebben gemerkt.¹⁴⁷ Dit betekent natuurlijk niet dat alle etnische ondernemers die in de onderzoeksperiode hun zaak hebben opgericht niets hebben gemerkt van het stimuleringsbeleid, maar tekenend is het wel. Ook kan men afvragen in welk opzicht de herinneringen van de ondernemers zijn gekleurd door hun uiteindelijke succes. Misschien geven zij liever niet aan dat ze, om dit blijvende succes te bereiken, hulp hebben gehad van de gemeente of andere instanties.

Als je de ondernemers vraagt op welke manier zij wel te maken hebben gekregen met de gemeente Den Haag in het verleden, is dit niet altijd in positieve zin. Meerdere keren wordt het aanvragen van vergunningen en problemen met andere regelgeving genoemd als zijnde een obstakel bij het ondernemen. Jeffrey, van het Chinees Surinaamse eethuisje, zegt hier het volgende over:

‘R: Ja, ja je moet toch wel een goed ondernemersplan hebben om een bedrijf te starten. Ook om bijvoorbeeld een lening aan te vragen. Je moet je er wel héél erg in verdiepen. Soms heb je heel veel rompslomp bij de gemeente en af en toe word je van het kastje naar het muurtje gestuurd. Van ja, ik wil dit aanvragen, maar je moet daar zijn of je moet daar zijn. Dat is soms een beetje moeilijk.’¹⁴⁸

Naast problemen met de gemeentelijke bureaucratie gingen verschillende ondernemers ook in op de invloed die de stadsvernieuwingen van de Schilderswijk hadden gehad op hun onderneming. Op de vraag of de problemen binnen de wijk zijn opgelost na de stadsvernieuwingen, antwoordt Ismet, van de Turkse supermarkt:

‘R: Nee, die zijn tot nu toe nog niet opgelost denk ik. Want, één van die..., nou als je ondernemers wilt stimuleren, moet je ook zorgen dat de klant makkelijk binnen kunnen komen. Dat er voldoende parkeerplaatsen zijn, dat er aanlegwegen makkelijk... dat distributie makkelijk geleverd kan worden.’¹⁴⁹

¹⁴⁷ Interview Ismet, 30 april 2021, Den Haag.; Interview Meryem, 30 april 2021, Den Haag.; Interview Ramon, 30 april 2021, Den Haag.; Interview Salman, 30 april 2021, Den Haag.; Interview Jeffrey, 30 april 2021, Den Haag.

¹⁴⁸ Interview Jeffrey, 30 april 2021, Den Haag.

¹⁴⁹ Interview Ismet, 30 april 2021, Den Haag.

Volgens Ismet werden ondernemers door de veranderingen van de stadsvernieuwing niet echt gestimuleerd. Ramon, van het Chinese Surinaamse restaurant, vermeldt zelfs dat de infrastructuur door de renovaties slechter is geworden.

I: Was vroeger de toeloop toen beter, voor de renovatie?

R: Nee niet echt beter, het is een probleem geweest met parkeren. Dat is het enige. Maar bij nieuwbouw, het realiseren van de nieuwbouw denken ze ook niet aan van nou we gaan meer parkeerruimte maken. Nee, het is juist minder geworden.¹⁵⁰

In algemene zin kan gesteld worden dat de etnische ondernemers niet echt te spreken waren over het landelijke- alsmede het lokale beleid. Ondanks dat de ondernemers niet vaak het stimulerende beleid noemen, is er hier en daar in de interviews wel een hint op te vangen naar de eventuele effecten die het beleid heeft gehad op het vestigingsklimaat in het gebied. Als Meryem bijvoorbeeld spreekt over het vestigingsklimaat in Den Haag en of het moeilijk of makkelijk was om daar een onderneming op te richten, verteld zij het volgende:

R: Makkelijk. Heel makkelijk. Veel makkelijker dan denk enige andere stad. We zijn in Rotterdam geweest overigens, nou dat was niet zo makkelijk als in Den Haag. Den Haag is gewoon multiculti snapje. Kijk als ik in een dorpje waar alleen maar Nederlanders wonen dan denk ik dat ik heel weinig ga verkopen, omdat niet iedereen zo uitgebreid aangekleed wil zijn.¹⁵¹

Opvallend is dat ze het gemak van het oprichten van een zaak in Den Haag wijdt aan het multiculturele karakter van de stad. Echter bleek bij het oprichten van een nevenzaak in Rotterdam dat dit veel moeilijker was. Rotterdam was en is ook een relatief multiculturele stad. Het gemak van het oprichten van de modezaak in Den Haag zou dus eventueel ook kunnen komen door de moeite die de Haagse gemeente heeft gestoken in het creëren van een gunstig vestigingsklimaat.

Ramon merkt op dat hij ook een verandering heeft waargenomen na de start van het stimuleringsbeleid en de stadsvernieuwingen in de jaren '90. Deze is echter niet geheel positief te noemen.

I: U heeft ook niet gemerkt dat in de jaren '90 bijvoorbeeld de ondernemingen toenamen in de buurt?

R: Nee niet echt, want door renovatie zijn ook veel andere bedrijven weggegaan, verhuisd. Vroeger had je een tapijtenzaak, een sleutelmaker of een wasserette. Die zijn allemaal weg.

I: Veel kleine bedrijven zijn eigenlijk verdwenen?

R: Ja, er zijn meer identieke bedrijven teruggekomen. Bijvoorbeeld Turkse supermarkten daar vind je echt hier, daar, in de omgeving echt al vier. En dat geldt ook

¹⁵⁰ Interview Ramon, 30 april 2021, Den Haag.

¹⁵¹ Interview Meryem, 30 april 2021, Den Haag.

voor eh shoarma zaken, Turkse shoarma zaken. Daar vind je er ook zeg maar drie, vier in een straal van niet eens 100 meter.

I: Maar die waren er in de begin jaren '80/'90 niet?

R: Minder, minder ja. Koffiehuizen vind je ook heel veel. Vroeger waren er meer verschillende soorten bedrijven.¹⁵²

Ondanks dat Ramon het aantal etnische ondernemingen ziet toenemen in de buurt, heeft hij vooral gemerkt dat dit vaak dezelfde soort bedrijven zijn. Deze zijn juist met elkaar in concurrentie, wat de kansen op succes aanzienlijk vermindert. De vraag is of het gevoerde beleid daarmee het beoogde effect heeft gehad om de socio-economische positie van minderheidsgroepen te verbeteren. Verschillende soorten (etnische) ondernemingen, die allicht minder concurrentie ondervonden, zijn namelijk uit de buurt verdwenen vanwege de stadsvernieuwingen. Tevens kan men zich afvragen of de veelvoud aan dezelfde soort bedrijven uiteindelijk het diversiteitenbeeld is geworden wat werd beoogt met het project City Mondial. Die wilde namelijk juist een veelvoud aan cultuur in de wijk tentoonstellen.

Conclusie

In dit hoofdstuk stonden de individuele verhalen van verschillende Haagse etnische ondernemers centraal. Hun ervaringen en verhalen hebben een interessant licht doen schijnen op verschillende factoren die invloed uitoefenen op ondernemerschap, namelijk formele en informele netwerken, sectorspecifieke factoren en individuele factoren als klasse, gender en etniciteit.

Als gekeken wordt naar de twee onderzochte groepen, de Turkse en de Surinaamse ondernemers, zijn een aantal verschillen blootgelegd. Ondanks dat de groep geïnterviewde ondernemers klein was, is het toch interessant hoe de twee groepen zich onderscheiden. Geconcludeerd kan worden dat de Turkse ondernemers minder vaak gebruik maakten van formele netwerken binnen de eigen migrantengemeenschap dan de geïnterviewde Surinaamse ondernemers. Zij hadden namelijk vaker contacten met andere ondernemers uit de eigen gemeenschap. Tekenend was tevens de toegang van alle ondernemers tot formele financiële instituties. Hiervan maakten zij namelijk allen gebruik. Dit staat in contrast met voorgaande studies die juist benadrukten dat deze toegang vaak beperkt was. Een bevestiging van eerdere studies is echter te vinden in de manier waarop zowel de Turkse als Surinaamse groep veelvuldig gebruik bleek te maken van hun informele netwerk van vrienden en familie.

Ook als het gaat over de sectorspecifieke eigenschappen van de ondernemingen is er een verschil te bekennen tussen de Surinaamse en de Turkse ondernemers. De Surinaamse ondernemer lijkt vaker te zijn gericht op de eigen gemeenschap, zoals bijvoorbeeld door de soort producten die zij aanbieden. Alhoewel de klantenkring van de Turkse ondernemers ook vaak klanten uit de eigen gemeenschap leek te bevatten, lag de focus van de onderneming niet specifiek bij die doelgroep. Wel verkochten zij vaak aan andere etnische minderheden en minder vaak aan Nederlanders.

¹⁵² Interview Ramon, 30 april 2021, Den Haag.

Het grootste verschil tussen de twee groepen, bekijkend vanuit een intersectionele lens, was op het gebied van gender en genderrollen. Dit is een bevestiging van de vooraf verwachte uitkomst, waarbij werd aangenomen dat er een verschil kon worden waargenomen tussen de twee groepen. Bij de geïnterviewde Surinaamse ondernemers was bijvoorbeeld vrouwelijke familie als vanzelfsprekend mede-eigenaar of werkzaam binnen het bedrijf. Bij de Turkse ondernemers leken de vrouwelijke familieleden een minder grote rol te spelen en als ze dat wel deden werd benadrukt dat dit een vrij uitzonderlijke situatie was. Zoals het geval was bij de Turkse modewinkel. Hieruit kan geconcludeerd worden dat etniciteit en cultuur een stempel lijkt te drukken op de mogelijkheid van vrouwelijke etnische ondernemers om te ondernemen.

Als uitkomst van het onderzoek bleek ook de factor klasse tijdens de oprichting van de bedrijven een grote rol te spelen. Aan de ene kant als het ging over de motivatie om de onderneming op te starten, aan de andere kant als het ging over opleidingsniveau. Tevens kwam naar voren dat gedurende de jaren het succes van de bedrijven er voor heeft gezorgd dat de socio-economische status van de ondernemers in beide migrantengroepen toenam. Zo konden veel van hun kinderen studeren, of zijn ze later zelf nog bijgeschoold. Dit gegeven ligt op dezelfde lijn met studies die aantoonen dat de tweede generatie vaak betere kansen en een betere uitgangspositie had ten opzichte van de eerste generatie.

Conclusie

Door middel van het analyseren van etnisch ondernemerschap op drie verschillende niveaus, namelijk structureel-, sectorspecifiek- en individueel niveau, heeft deze studie antwoord gegeven op de vraag:

Welke factoren speelden een rol bij de mogelijkheden van Turkse en Surinaamse migranten om een onderneming te starten en onderhouden in Den Haag gedurende de periode 1980-2000?

Dit onderzoek heeft duidelijk gemaakt dat etnisch ondernemerschap wordt gevormd door de dialoog tussen verschillende factoren. De factoren die in dit onderzoek naar voren zijn gekomen als belangrijk, zijn: economie, netwerkvorming en de toegang tot netwerken, sectorspecifieke eigenschappen, etniciteit, klasse en in mindere mate ook gender.

Op het structurele niveau zorgde de economische situatie er bijvoorbeeld voor dat migranten kozen voor het zelfstandig ondernemerschap. Netwerkvorming tussen de migranten had op dit niveau juist invloed op de mate waarin migranten gericht waren tot de eigen gemeenschap en hierbinnen verenigingen en organisaties oprichtte. Een andere structurele factor, het beleid, zag etnisch ondernemerschap vooral als manier om de socio-economische situatie van migranten te verbeteren. Echter bleken veel aannames binnen het beleid niet overeen te komen met de individuele ervaringen uit de praktijk. Tevens gaven de geïnterviewde ondernemers aan dat zij weinig hadden meegekregen van de stimulerende poging van de Haagse gemeente. Gesteld kan worden dat het beleid dus tot op zekere hoogte niet het beoogde effect heeft gehad. Daarmee was de invloed hiervan op het etnische ondernemerschap dus ook minder dan in eerste instantie werd aangenomen binnen deze studie. Op sectorniveau bleek de toegang tot netwerken, als ook de sectorkeuze per migrantengroep te verschillen. Dit kan deels verklaard worden door de mate waarin de twee groepen zich leken te richten tot de eigen gemeenschap. Hier zag je echter ook uitzonderingen op individueel niveau. Verder bood het individuele niveau en daarmee de intersectionele lens, de meest interessante inkijk in de dynamiek tussen de verschillende factoren die in elk individueel geval ondernemerschap vorm leek te geven. Bij de twee onderzochte migrantengroepen bleken de factoren klasse en etniciteit namelijk veel invloed te hebben op het ontstaan en onderhouden van de onderneming. Zo was bijvoorbeeld het verkrijgen van een opleiding een bepalende factor in langdurig succes. Daarnaast bleek ook de factor gender vorm te geven aan de vorm van het etnische ondernemerschap. Dit was vooral waar te nemen binnen de individuele verhalen van de ondernemers.

Op deze manier is aangetoond dat verschillende factoren op verschillende niveaus allemaal op hun eigen manier invloed uitoefenen op het ontstaan en kunnen onderhouden van een etnische onderneming. Het doel van deze studie was dan ook om inzicht te krijgen in de relatie tussen de eigenschappen van de twee migrantengroepen, economische mogelijkheden en het ontstaan van etnische ondernemingen. Het vernieuwende aspect hierbij was dat de studie een vergelijking maakte tussen twee groepen, waarbij het ook een intersectionele lens toepaste.

Concluderend kan dus gesteld worden dat het etnische ondernemerschap van Turkse en Surinaamse migranten in Den Haag in de periode 1980-2000 niet altijd te verklaren bleek vanuit generieke overkoepelende theorieën over etnisch ondernemerschap. Alhoewel het kleine aantal interviews geen mogelijkheid biedt om grote algemene conclusies te trekken, heeft het wel aangetoond dat een aanpak op microniveau kan helpen om de complexe samenhang van factoren die etnisch ondernemerschap beïnvloeden beter te begrijpen. In sommige gevallen bleken de algemene theoretische kaders namelijk niet van toepassing op de individuele verhalen van de Haagse etnische ondernemers. Zelfs met een relatief klein aantal respondenten, waren er relatief veel uitkomsten te vinden die afweken van het te verwachten beeld. Hiermee heeft deze studie aangetoond dat de toepassing van de intersectionele methodiek een vruchtbaar kader biedt voor het onderzoeken van etnisch ondernemerschap. Dit schept interessante perspectieven voor toekomstig onderzoek, waarbij dan op grotere schaal zou moeten worden gekeken naar hoe de intersectionele lens een dieper inzicht kan verschaffen in factoren die een rol spelen bij etnisch ondernemerschap. De individuele verhalen van de ondernemende migranten zouden hierbij centraal moeten staan en zij zouden dan ook vaker los van de eigen gemeenschap moeten worden bekeken.

Primaire Bronnen

Beleidsstukken

Dienst Stedelijke Ontwikkeling, *China Town Den Haag* (Den Haag 2003).

Dienst Stedelijke Ontwikkeling, *Economisch stimuleringsgebied Den Haag. Voortgangsrapport 2000-2001* (Den Haag 2001).

Gemeente Den Haag, *Actieplan Economie en Werk 'Weer 200.000 arbeidsplaatsen in het jaar 2000'* (Den Haag 1995).

Gemeente Den Haag, *Economisch Stimuleringsgebied Den Haag, voortgangsverslag 6* (Den Haag 2001).

Gemeente Den Haag, *Economisch Stimuleringsgebied Den Haag, voortgangsverslag (eerste jaar)* (Den Haag 2001).

Gemeente Den Haag, *Haags Plan Grote stedenbeleid 'De kracht van Den Haag: een stad die actief investeert in mensen, hun werk, wonen, cultuur en welzijn'* (Den Haag 1999).

Gemeente Den Haag, *Plan Multiculturele Stad 1992-1996, Den Haag rijk aan culturen* (Den Haag 1992).

Ministerie van Binnenlandse zaken, *Minderheden Nota* (Den Haag 1983).

Tweede kamerbrief, 'minderhedenbeleid nr.14', (Den Haag 1999).

WRR, *Allochtonenbeleid* (Den Haag 1989).

WRR, *Etnische minderheden* (Den Haag 1979).

WRR, *Op maat van het midden-en kleinbedrijf* (Den Haag 1987).

Interviews

Interview Ismet, 30 april 2021, Den Haag.

Interview Jeffrey, 30 april 2021, Den Haag.

Interview Meryem, 30 april 2021, Den Haag.

Interview Ramon, 30 april 2021, Den Haag.

Interview Salman, 30 april 2021, Den Haag.

Overig

‘Grossier in religieuze artikelen’, *Trouw*, 14 juni 2010.

‘Het koffiehuis’, *NRC Handelsblad*, 21 november 1992, 6.

‘Little India in het centrum van Rotterdam. Waarom nog koffers en rugzakken vol souvenirs uit India sjouwen als het ook om de hoek te krijgen is.’, *Het Vrije Volk*, 8 augustus 1990, 13.

‘Stadsvernieuwing bedreigt schilderswijkers’, *Trouw*, 27 februari 1993, 9.

Huijer, R. (et.al), *Tafelen in Transvaal en Smullen in de Schilderswijk* (Amsterdam 1998).

Literatuur

Agius Vallejo, J., & S. L. Canizales, 'Latino/a professionals as entrepreneurs: how race, class, and gender shape entrepreneurial incorporation', *Ethnic and Racial Studies* 39(9) (2016) 1637-1656.

Aldrich, H.E., & R. Waldinger, 'Ethnicity and entrepreneurship', *Annual review of sociology* 16(1) (1990) 111-135.

Bakker, E.S.J., & L.J. Tap, *Islamitische Slagerijen in Nederland. Verslag van een onderzoek in opdracht van Bedrijfschap Slagersbedrijf* (Den Haag 1985).

Barrett, R., & N. Vershinina, 'Intersectionality of ethnic and entrepreneurial identities: a study of post-war Polish entrepreneurs in an English city', *Journal of Small Business Management* 55(3) (2017) 430-443.

Beckers, P., & B.F. Blumberg, 'Immigrant entrepreneurship on the move: a longitudinal analysis of first-and second-generation immigrant entrepreneurship in the Netherlands', *Entrepreneurship & Regional Development* 25(7-8) (2013) 654-691.

Boissevain, J. & H. Grotenbreg, 'Culture, structure and ethnic enterprise: the Surinamese of Amsterdam', *Ethnic and Racial studies* 9(1) (1986) 1-23.

Bonacich, E., 'A theory of middleman minorities', *American sociological review* (1973) 583-594.

Bovenkerk, F., A. Eijken & L. Ruland, *IJscmannen en schoorsteenvegers. Italiaanse ambachtslieden in Nederland* (Amsterdam 2004).

Bovenkerk, F., A. Eijken & W. Bovenkerk-Teerink, *Italiaans ijs. De opmerkelijke historie van de Italiaanse ijsbereiders in Nederland* (Amsterdam 1983).

Chow, R., *The protestant ethnic and the spirit of capitalism* (New York 2002).

Cottaar, A., *Ik had een neef in Den Haag: nieuwkomers in de twintigste eeuw* (Zwolle 1998).

Crenshaw, K., 'Demarginalizing the intersection of race and sex: A black feminist critique of antidiscrimination doctrine, feminist theory and antiracist politics', *u. Chi. Legal f.* (1989).

Essers, C., Y.W.M. Benschop & J.A.C.M. Doorewaard, 'Ondernemen tussen twee culturen: vrouwelijke ondernemers van Marokkaanse en Turkse afkomst in Nederland en hun identiteitsconstructies', *Tijdschrift voor genderstudies* 4 (2006) 28-41.

Ishaq, M., A. Hussain & G. Whittam, 'Racism: A barrier to entry? Experiences of small ethnic minority retail businesses', *International Small Business Journal* 28(4) (2010) 362-377.

Jeleniewski, M., 'Etnisch ondernemerschap en de stadsvernieuwing', *Planologisch memorandum 1984-3* (1984).

Kloosterman R., & J.C. Rath (ed.), *Immigrant Entrepreneurs: Venturing Abroad in the Age of Globalization* (Oxford 2003).

Kloosterman, R., & J. van der Leun, 'Allochtone ondernemers zijn onbezongen polderhelden', *Christen democratische verkenningen* (2001) 28-36.

Kloosterman, R., J. van der Leun & J.C. Rath, 'Mixed Embeddedness: (In)formal Economic Activities and Immigrant Businesses in the Netherlands', *International Journal of Urban and Regional Research* 23(2) (1999) 252–266.

Kloosterman, R., J. van der Leun & J.C. Rath, 'Across the border: Economic opportunities, social capital and informal business activities of immigrants', *Journal of Ethnic and Migration Studies* 24(2) (1998) 249-268.

Light, I.H., & S. Gold, *Ethnic Economies* (New York 2000).

Light, I.H., & J.N. Paden, *Ethnic enterprise in America: Business and welfare among Chinese, Japanese, and Blacks* (Berkeley 1973).

Model, S., 'The ethnic niche and the structure of opportunity: immigrants and minorities in New York city', in: M. Katz (ed.), *The 'Underclass' Debate: Views From History* (Princeton 1993) 161-193.

Obdeijn, H.L.M., & M. Schrover, *Komen en gaan. Immigratie en emigratie in Nederland vanaf 1550* (Amsterdam 2008).

Oude Groeniger, B., *De kracht van allochtoon ondernemerschap in probleemwijken: Een analyse naar de succesfactoren voor allochtoon ondernemerschap ter stimulatie van de wijk economie in Kanaleneiland* (Nijmegen 2008).

Portes, A., & R.G. Rumbaut, *Immigrant America: a portrait*. Updated, and Expanded (California 2006).

Portes, A., 'Social capital: its origins and applications in modern sociology', *Annual Review of Sociology* 24(1) (1998) 1-25.

Portes, A., & R.L. Bach, *Latin journey: Cuban and Mexican immigrants in the United States* (Berkeley 1985).

Raes, S., *Migrating enterprise and migrant entrepreneurship: how fashion and migration have changed the spatial organisation of clothing supply to consumers in the Netherlands* (Amsterdam 2000).

Rijkschroeff, B. R., *Etnisch ondernemerschap: de Chinese horecasector in Nederland en in de Verenigde Staten van Amerika* (Groningen 1998).

Romero, M., & Z. Valdez, 'Introduction to the special issue: Intersectionality and entrepreneurship', *Ethnic and Racial Studies* 39(9) (2016) 1553-1565.

Rusinovic, K., *Dynamic entrepreneurship: first and second-generation immigrant entrepreneurs in Dutch cities* (Amsterdam 2006).

Sanders, J. M., & V. Nee, 'Immigrant self-employment: The family as social capital and the value of human capital', *American sociological review* (1996) 231-249.

Santokhi, S., *Immigrantenondernemerschap in Den Haag: beleid en praktijk* (Amsterdam 2010).

Schrover, M., J. Van der Leun & C. Quispel, 'Niches, labour market segregation, ethnicity and gender', *Journal of ethnic and migration studies* 33(4) (2007) 529-540.

Schrover, M., 'Immigrant business and niche formation in a historical perspective. The Netherlands in the nineteenth century', *Journal of Ethnic and Migration Studies* 27(2) (2001) 295-311.

Sequeira, J., & A. Rasheed, 'The role of social and human capital in the start-up and growth of immigrant businesses', *International Research in the Business Disciplines* 4 (2004) 77-94.

Thompson, P., *The voice of the past: Oral history* (Oxford 2017).

Tillaart, H., & E. Poutsma, *Een factor van betekenis. Zelfstandig ondernemerschap van allochtonen in Nederland* (Nijmegen 1998).

Valdez, Z., *The new entrepreneurs: How race, class, and gender shape American enterprise* (Stanford 2011).

Van der Torre, E., 'Marokkaanse harddrughandelaren', in: J. C. Rath & R. Kloosterman, *Rijp & Groen. Het zelfstandig ondernemerschap van immigranten in Nederland* (Amsterdam 1998) 157-174.

Waldinger, R., *Still the Promised City? African-Americans and New Immigrants in Postindustrial New York* (Cambridge 1996).

Waldinger, R., H.E. Aldrich & R. Ward, *Immigrant Entrepreneurs: Immigrant and Ethnic Business in Western Industrial Societies* (California 1990).

Waldinger, R., *Through the eye of the needle: immigrants and enterprise in New York's garment trades* (New York 1986).

Wright, R., & M. Ellis. 'The Ethnic and Gender Division of Labor Compared Among Immigrants to Los Angeles', *International journal of urban and regional research* 24(3) (2000) 583-600.

Yow, V. R., *Recording oral history: A guide for the humanities and social sciences* (London 2014).

Zorlu, A., 'Goedkope arbeid als wondermiddel? De rekrutering van personeel in de Turkse confectie-industrie in Amsterdam', in: J.C. Rath & R. Kloosterman, *Rijp & Groen. Het zelfstandig ondernemerschap van immigranten in Nederland* (Amsterdam 1998) 143-156.

Appendices

Bijlage I: Grafieken hoofdstuk 1

Tabel 3: Gem. besteedbaar part. huishoudens inkomen – Wijken (euro's), bron: DHIC/CBS (IIV), Opmaak geëxporteerd uit: denhaag.incijfers.nl

	1996	1998
01 Oostduinen	-	-
02 Belgisch Park	25.207	27.181
03 Westbroekpark/Duttendel	38.503	40.023
04 Benoordenhout	31.288	34.306
05 Archipelbuurt	22.734	25.230
06 Van Stolkpark en Schev. Bos	29.813	32.899
07 Scheveningen	21.260	22.553
08 Duindorp	17.516	19.013
09 Geuzen- en Statenkwartier	24.232	26.909
10 Zorgvliet	27.976	31.674
11 Duinoord	20.829	22.507
12 Bomen- en Bloemenbuurt	22.371	24.232
13 Vogelwijk	36.189	39.660
14 Bohemen, Meer en Bos	23.007	24.368
15 Kijkduin en Ockenburgh	27.499	32.400
16 Kraayenstein en Vroondaal	24.277	25.366
17 Loosduinen	22.689	24.640
18 Waldeck	21.963	24.141
19 Vruchtenbuurt	24.618	26.183
20 Valkenboskwartier	17.334	19.422
21 Regentessekwartier	16.903	18.923
22 Zeeheldenkwartier	16.835	18.605
23 Willemspark	22.394	24.413
24 Haagse Bos	22.054	25.412
25 Mariahoeve en Marlot	20.284	21.328
26 Bezuidenhout	20.806	22.099
27 Stationsbuurt	15.610	16.608
28 Centrum	17.062	19.195
29 Schildersbuurt	15.156	16.064
30 Transvaalkwartier	15.202	16.064
31 Rustenburg en Oostbroek	18.809	20.057
32 Leyenburg	21.101	22.326
33 Bouwlust/Vrederust	18.151	18.877

34 Morgenstond	15.746	17.380
35 Zuiderpark	-	-
36 Moerwijk	16.291	17.198
37 Groente- en Fruitmarkt	19.785	22.008
38 Laakkwartier en Spoorwijk	16.971	18.197
39 Binckhorst	15.973	16.790
40 Wateringse Veld	30.449	35.576
Onbekend	20.997	12.963

Tabel 4: Percentage bewoners dat zich vestigden in Nederland in verschillende periodes gemeten in 1998 per Wijk, bron: DHIC/GDH/DPZ, Opmaak geëxporteerd uit: denhaag.incijfers.nl.

	1960-1969	1970-1979	1980-1989	1990-1999
01 Oostduinen	x	x	x	x
02 Belgisch Park	2,4%	3,4%	5,1%	11,9%
03 Westbroekpark/Duttendel	3,6%	5,1%	7,8%	18,7%
04 Benoordenhout	4,1%	4,5%	7%	17,9%
05 Archipelbuurt	3%	5%	5,4%	12,5%
06 Van Stolkpark en Schev. Bos	3,4%	5,2%	6,7%	9,5%
07 Scheveningen	1,5%	2,6%	3,3%	7%
08 Duindorp	,5%	1,8%	2%	3%
09 Geuzen- en Statenkwartier	2,2%	3,7%	4,3%	8,9%
10 Zorgvliet	2,9%	1,8%	8,6%	18,2%
11 Duinoord	3,1%	4,6%	4,7%	9%
12 Bomen- en Bloemenbuurt	2,5%	3,7%	3,1%	3,6%
13 Vogelwijk	3,3%	4,1%	4,7%	5,9%
14 Bohemen, Meer en Bos	3,5%	3,2%	2,9%	3,4%
15 Kijkduin en Ockenburgh	2,6%	2,6%	3%	4,9%
16 Kraayenstein en Vroondaal	1,4%	2,5%	2,4%	3,4%
17 Loosduinen	1,6%	3,6%	2,7%	2,7%
18 Waldeck	2,8%	4,2%	3,1%	3,5%
19 Vruchtenbuurt	2,5%	2,9%	1,8%	2,1%
20 Valkenboskwartier	2,1%	9,2%	7,2%	13,9%
21 Regentessekwartier	2,1%	10,6%	8%	14%
22 Zeeheldenkwartier	1,8%	6,8%	6,3%	14,8%
23 Willemspark	3,2%	5,5%	4,7%	16,3%
24 Haagse Bos	2,6%	5,3%	2,2%	15,1%
25 Mariahoeve en Marlot	3,1%	4,7%	4,9%	9,5%
26 Bezuidenhout	2,5%	5,8%	4,4%	8,7%
27 Stationsbuurt	1,7%	9,1%	10,8%	18,3%
28 Centrum	2,2%	7,4%	7,8%	13,8%
29 Schildersbuurt	1,2%	15,8%	17,6%	20,4%
30 Transvaalkwartier	1,3%	15,5%	15,2%	22,2%
31 Rustenburg en Oostbroek	1,2%	5,5%	5,1%	9,9%
32 Leyenburg	2,1%	3,2%	1,9%	3,2%
33 Bouwlust/Vrederust	1,8%	5,7%	6,2%	10,2%

34 Morgenstond	1,8%	5,2%	4,7%	9,8%
35 Zuiderpark	x	x	x	x
36 Moerwijk	1,5%	5,4%	4,9%	9,9%
37 Groente- en Fruitmarkt	1,5%	12,4%	10,6%	17%
38 Laakkwartier en Spoorwijk	1,3%	8,8%	8,7%	14%
39 Binckhorst	1,7%	5,9%	7,9%	11,6%
40 Wateringse Veld	,6%	2%	1,3%	1,3%

Bijlage II: Interviewvragen

Algemeen

- 1) Naam Onderneming
- 2) Uw Naam
- 3) Adres Onderneming

Individueel

- 4) Geslacht
- 5) Geboortejaar
- 6) Geboorteland
- 7) Wanneer bent u of uw familie naar Nederland gekomen? En wat was hiervan de reden?
- 8) Wat was uw werk voordat u deze onderneming oprichtte?
- 9) Had u certificaten of diploma's nodig voor het uitoefenen van dit werk?

Sectorspecifiek

- 10) Wanneer heeft u deze onderneming opgericht?
- 11) Bent u de oprichter van de onderneming of heeft u deze overgenomen? Zo ja, van wie?
- 12) Wat was uw motivatie voor het starten van een onderneming en welke factoren speelden hierbij een rol?
- 13) In welke branche bevindt uw onderneming zich?
- 14) Welke diensten of producten levert u?
- 15) Wat was de reden voor het starten binnen deze branche?
- 16) Heeft u nevenvestigingen? Zo ja, hoeveel, waar en in welke branche?
- 17) Waarom bent u op deze locatie uw onderneming gestart?
- 18) Is er veel concurrentie binnen deze buurt?
- 19) Wat voor type klant trekt uw onderneming aan?
- 20) Richt u zich ook op een bepaalde soort klant? Welke?
- 21) Hoeveel werknemers heeft u in dienst?
- 22) Zijn er onder de werknemers ook familieleden of kennissen?

Samenleving en structuur

- 23) Was het moeilijk of makkelijk om een onderneming in Den Haag te starten?
- 24) Welke obstakels kwam u tegen?
- 25) Hoe kwam u aan de middelen om de onderneming te starten? Eigen vermogen, lening etc.
- 26) Heeft u hulp gehad van overheidsinstanties, familie of kennissen bij het starten van de onderneming? Zo ja, hoe?
- 27) Heeft u het overheidsbeleid als stimulerend ervaren toen u uw onderneming startte? Zo ja op wat voor manier?
- 28) Heeft u bij de oprichting van het bedrijf gebruikgemaakt van andere (niet-overheid) instanties? Zo ja, hoe?
- 29) Bent u lid van een ondernemersverenigingen?
- 30) Had u bij het oprichten van het bedrijf veel contact met andere ondernemers om advies en tips uit te wisselen?
- 31) Wilt u dat de gegevens anoniem worden verwerkt?
- 32) Heeft u nog andere toevoegingen of opmerkingen?

Bijlage III: Van theorie tot vragenlijst

Tabel 3: Interviewvragen gekoppeld aan de theoretische factoren die een rol spelen bij dit onderzoek

Factoren	Interviewvragen
Individueel <u>Intersectionaliteit</u> - Klasse - Gender - Etniciteit - Religie <u>Sociaal kapitaal</u> - Opleiding	4) Geslacht 5) Geboortjaar 6) Geboorteland 7) Wanneer bent u of uw familie naar Nederland gekomen? En wat was hiervan de reden? 8) Wat was uw werk voordat u deze onderneming oprichtte? 9) Had u certificaten of diploma's nodig voor het uitoefenen van dit werk?
Sectorspecifiek <u>Sector</u> - Niche vorming - Etnitization - Toegang via netwerk <u>Kenmerken beroep</u> - Start kapitaal - Laagdrempelig werk - Laaggeschoold werk	10) Wanneer heeft u deze onderneming opgericht? 11) Bent u de oprichter van de onderneming of heeft u deze overgenomen? Zo ja, van wie? 12) Wat was uw motivatie voor het starten van een onderneming en welke factoren speelden hierbij een rol? 13) In welke branche bevindt uw onderneming zich? 14) Welke diensten of producten levert u? 15) Wat was de reden voor het starten binnen deze branche? 16) Heeft u nevenvestigingen? Zo ja, hoeveel, waar en in welke branche?

	17) Waarom bent u op deze locatie uw onderneming gestart? 18) Is er veel concurrentie binnen deze buurt? 19) Wat voor type klant trekt uw onderneming aan? 20) Richt u zich ook op een bepaalde soort klant? Welke? 21) Hoeveel werknemers heeft u in dienst? 22) Zijn er onder de werknemers ook familieleden of kennissen?
Samenleving en Structuur - Economie - Beleid - Sociale normen/ discriminatie - Netwerkvorming onder migranten - Integratie	23) Was het moeilijk of makkelijk om een onderneming in Den Haag te starten? 24) Welke obstakels kwam u tegen? 25) Hoe kwam u aan de middelen om de onderneming te starten? Eigen vermogen, lening etc. 26) Heeft u hulp gehad van overheidsinstanties, familie of kennissen bij het starten van de onderneming? Zo ja, hoe? 27) Heeft u het overheidsbeleid als stimulerend ervaren toen u uw onderneming startte? Zo ja op wat voor manier? 28) Heeft u bij de oprichting van het bedrijf gebruikgemaakt van andere (niet-overheid) instanties? Zo ja, hoe? 29) Bent u lid van een ondernemersverenigingen? 30) Had u bij het oprichten van het bedrijf veel contact met andere ondernemers om advies en tips uit te wisselen?