

ALMANYA'DA TÜRK ve İRANLI İŞLETMECİLER ÖRNEĞİNDE ETNİK EKONOMİ

İsmail H. YAVUZCAN*

ÖZET

Göçmenler konusunda araştırma yapan ilk dönem sosyal bilimciler, göçmenlerin er veya geç göçtükleri toplumun içinde asimile olacaklarına inanırken, özellikle II. Dünya Harbi sonrası göçler, bu grupların geçici değil, kalıcı olmakla birlikte farklılıklarını nesiller boyu koruyacaklarını göstermiştir. Batı toplumlarında göçmenlerin beraberlerinde getirdikleri kültür, sosyal-ilişkiler ile farklı hayat tarzları ve tüketim alışkanlıkları kısa zamanda sosyologların merak konusu olmuştur.

Batı Avrupa'ya işçi göçmeni olarak gelen yabancılar da gitgide serbest sektöre atılmakta ve kendilerine has bir 'etnik ekonomi' oluşturmaktalar. Bunu Almanya'da özellikle 1980'ler ve 1990'larda çok net olarak gözlemlemek mümkündür. Makalenin konusu Almanya'da bu sahada yapılan teorik ve empirik araştırmaları gözden geçirip, Türk ve İranlı işletmecilere ilişkin kendi araştırmamızın neticelerini tartışmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Etnik ekonomi, girişimciler, göçmen, ethnic and class resources, enclave, İranlı işletmeciler, sosyal ilişkiler ağı.

ABSTRACT

Many social scientists, who busied themselves with questions of the migration, believed, that migrants would become assimilate into the country of immigration. But especially emigrations after the II. World War have shown that the groups are not a temporary appearance, but rather their singularity will preserve over generations away. The cultures, social relations and the different lifestyles as well as the different consumption types found immediately the interest of the sociologists. The migrant labourers who immigrated to West-Europe made themselves independently and developed one them own "ethnic economy". It can be observe in Germany especially between 1980 and 1990 very clearly. To sight theoretical and empirical research in this area and to discuss the own results regarding the Turkish and Iranian entrepreneurs, is the object of this article.

Key Words: Ethnic economy, entrepreneurs, migrants, ethnic and class resources, enclave, Iranian entrepreneurship, social networks.

Giriş

Batı ekonomilerindeki genel değişim o ülkelerde göçmen olarak yaşayan insanların sosyo-ekonomik durumunu etkilemiştir. Özellikle 1970'lerden bu yana sanayi merkezli ekonomilerden hizmet sektörü ağırlıklı ekonomilere geçiş yaşayan Batılı ekonomiler, bu yapılanmaya uygun sosyal değişimleri mecbur kılmışlardır. Küreselleşmeyle birlikte artık ağır sanayide çalışan bilek gücüne dayanan üretim biçimleri ehemmiyetini kaybetmiştir. Bu olgu ve teknolojik gelişmeler ekseninde kalifiye elemana duyulan ihtiyaçlar göçmenlerin statüsünü derinden etkilemiştir. Batı'ya göç edenler artık sadece işçi olarak çalışmamaktadırlar. 1960'larda Türkiye'den Almanya'ya göçenler ve bu göçmenlerin çocukları işletmeciler olarak da öne çıkmaya başlamışlardır. 1980'lerde bu olgunun daha fazla gözlemlenmeye başlamasıyla birlikte, sosyal bilimciler arasında konuya ilgi ve gerek teorik gerek empirik çözümlenmelerin sayısı artmıştır. Genelde 'etnik ekonomi' veya 'etnik işletmecilik' gibi terimlerle açıklanmaya çalışılan olgu hakkında ilk araştırmalar ABD'de yapılmıştır.

Türkiye'de bu konuda yapılmış pek bir araştırma yoktur. Bu çalışmada ilk önce literatürde yapılmış olan konuya ilişkin temel teorik ve empirik çalışmalar tartışılmaktadır. Daha sonra, teorik çalışmalar ekseninde Türk ve İranlı işletmeciler hakkında yapılmış olan kendi çalışmamızın bazı verilerden çıkan neticeler tartışılmaktadır. Bu amaçla iki temel konu üzerinde durulmuştur: serbest meslek sahibi olmanın nedenleri ve işletmecilerin yer seçimleri.

Etnik Ekonomi

Göçmenlerin oluşturduğu ekonomiye ilişkin ABD ve Batı Avrupa eksenli araştırmalarda 'etnik işletme (ethnic business, ethnic enterprise)', veya 'etnik girişimcilik (ethnic entrepreneurship)' gibi kavramlar kullanılmaktadır. Bu ifadeler daha kuşatıcı olan 'etnik ekonomi' kavramı altında ele alınabilir. Ancak öncelikle 'etnik ekonomi'nin ne anlama geldiğinin açıklanması gerekmektedir. Ivan Light'a göre etnik ekonomi, etnik müteşebbisleri, yerli ve yabancı çalışanları, ayrıca akrabalarından ücretsiz çalışanları içermektedir (Light, 1993:581; Light ve Karageorgis, 1994:663). Bu sahada yapılan ilk çalışmaları 1970'lere kadar geri götürmek mümkündür. Söz konusu araştırmaların ana sorularından

biri, 'bazı etnik grupların serbest çalışma yüzdelerinin neden birbirlerinden bu kadar farklı' olduğudur. Dikkate değer bir gözleme göre Kore'den, Çin'den veya İran'dan göç ederek ABD'ye yerleşenler, zencilere ve yine dışarıdan göç etmiş başka topluluklara nazaran (mesela Meksikalılar) çok daha başarılıdır, hatta bazı sahaları kontrolleri altına aldıkları bile söylenebilir: Çinlilerin çamaşırhaneleri, Çin lokantaları, Yunanlı pizzacılar, New York'taki Dominikli tekstil atölyeleri, yine New York'taki Rus Yahudisi taksi patronları, Kaliforniya'daki Hintli ithalat/ihracat dükkanları, Şikago'daki Arap manavlar vb. (Light 1987:205; Light 1979:31; Waldinger, 1989:52; Elschenbroich, 1986:157). Bazı etnik gruplar ekonomik olarak başarılıyken (örn. Yahudiler, Yunanlılar, İtalyanlar veya Koreliler, Çinliler ve İranlılar. Bunun için bkz. Bonacich, 1973, 1987 ve Light'ın 1982, 1980'de yaptığı araştırmalar) diğer bazıları ise başarısız olmaktadır, örneğin Meksikalılar, zenciler vs. (Lawson, 1989; Light ve Kategeorgis, 1994).

Burada "etnik" terimi, 'kendisini ortak tarih ve kültür üstlenerek' tanımlayan topluluğu işaret eder (Scherr, 2000:401). Bireylerin birbirlerini tanımasından ziyade, topluluğun bilincinde böyle bir farklılaşmanın olması önemlidir. Etnik topluluklar, 'hem kendi gruplarının dışındakileri yani yabancıları etnik olarak tanımlayarak bir tasnife tabi tutmakta, hem de kendi iç ve dış ilişkilerini bu tasnife göre belirlemektedir' (Ayşe Güneş-Ayata 1996:223). Ayrıca etnik topluluk kendini diliyle, geleneğiyle yahut bir soydan gelerek farklı kılar. Ancak kavramın yalnızca topluluk içi değil, dışarıdakiler için de farklı anlamları olabilir. Örneğin Alman iç politikası açısından kavram farklı bir önem taşır. Politik tartışmalarda etnisite veya azınlık kavramlarından kaçınmak için genellikle 'Yabancılardan', 'Göçmenlerden' veya 'Misafir İşçilerden' bahsedilir. Ancak bu terimler sosyal gerçekliği doğru yansıtamamaktadır. Çünkü ikinci, hatta üçüncü nesilde Almanya'da yaşayanlar 'Göçmen' veya 'Misafir İşçi' olamazlar ve birçoğu Alman vatandaşlığına geçtiğinden onlardan hala yabancılar olarak da bahsetmek doğru değildir (Yavuzcan 2003:2).

Teorik Yaklaşımlar

Göçmenlerin niye serbest mesleklere yöneldikleri konusunda

çokça tartışmalar olmasına rağmen, bu grupların hangi şartlar altında finansal ve insani kaynakları mobilize ettikleri hakkında fazla doyurucu açıklamalar yoktur.

Göçmenlerin serbest mesleklere yönelmelerine ilişkin temel varsayım, bu insanların yerli işletmecilere kıyasla farklı nedenlerden ötürü serbest çalışmayı tercih ettikleridir.

1. Bireysel Sebepler: Kendi kendinin patronu olma arzusu; toplum tarafından (işyerinde veya iş piyasasında) dışlanmışlık hissi yabancıları/göçmenleri 'tepkisel dayanışmaya' sürükler (Mehrlaender, 1974; Martin, 1991; Goldberg ve diğerleri, 1995; Bukow, 1993).*
2. Yabancı Düşmanlığı: Özellikle Almanya'da yaşayan Türkler zaman zaman yabancı düşmanlığına maruz kalmaktadırlar.
3. İşsizlik: Birçok araştırmada işsizlik temel nedenler arasında gösterilmektedir.
4. Değişen Perspektifler: Biraz para biriktirip ülkelerine dönmek isteyen göçmenler yerleşmiş durumdadır. Çocukları ise artık yatırımlarını Almanya'da yapmaktadırlar.
5. Kültürel Yakınlık: Bazı araştırmacılar belli etnik grupları serbest mesleklere yönelmede daha yatkın görmektedir. Bu bağlamda bazıları Yunanlıları (Wiebe, 1984; Löffelholz ve diğerleri, 1994) bu konuda yatkın görürken, bazıları Türkleri aday göstermekte (Blaschke ve Ersöz, 1987). ABD'de ise tartışma daha ziyade yerli etnik gruplar (örneğin zenciler), yeni göçmenler ve yeni göçenler arasındaki görece farklılıklar üzerinden yürütülmektedir (Giles, Barrett, Jones ve McEvoy, 1996). Çünkü zenciler arasında müteşebbis oranı düşük iken, bazı yeni ve eski göçmenler arasında bu oran daha yüksektir (örn. İtalyanlar, Yahudiler, Koreliler, Çinliler vs.).

Sosyal bilimciler arasındaki araştırmalar yukarıda geçen teorik yaklaşımlar etrafında yürütülürken, Almanya'da siyasi tartışmalar (yukarıda da işaret edildiği gibi) daha ziyade uyum problemi üzerinden yürütülmektedir. Temel sorun, göçmenlerin etkinliklerinin Alman toplumuna uyum sağlamalarını ne kadar teşvik ettiği ya da ne kadar buna engel olduğudur.

Etnik ve sınıfsal kaynaklar (Ethnic and class resources)

Max Weber'in 'Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhu' isimli çalışması kültür merkezli birçok çalışma için temel teşkil etmiştir. Weber'in çıkış noktalarından biri makro düzeydeki değişimleri (Kapitalizm) ve sosyo-kültürel değerlerdeki dönüşüm (Hıristiyanlık içi Protestanlık reformu) arasındaki korelasyonu tespit etmektir. Etnik ekonomi çalışmalarında öncü araştırmacılardan biri olan, Ivan Light 70'lerin ortasında ABD'de yaptığı empirik araştırmalarla, konuya kültürel ve sınıfsal özellikleri de ekleyerek teorik bir çerçeve kazandırmaya çalışmıştır. Light'ın 1972'de yaptığı 'Amerika'da Etnik İşletmecilik (Ethnic Enterprise in America)' isimli çalışması Amerikan 'etnik işletme (ethnic business)' çalışmaları için klasikler arasında sayılabilir. Light bu çalışmasında ilk kez farklı etnik toplulukların (Japonlar ve Çinliler) tecrübelerini sistematik olarak incelemeye çalışmıştır. Çünkü ABD'de 1880'lerden beri istatistiklerde yerlilere göre göçmenler arasında serbest çalışma oranı fazla çıkmıştır (Elschenbroich, 1986: 156).

19. yüzyılın sonlarına doğru ABD'ye göç edenler genellikle sosyal tabaka olarak daha altlardan gelirken, yeni göçmenler çoğunlukla ülkelerinin fakir kesimlerinden değil, toplumun üst katmanlarından gelmektedirler: Koreli, Vietnamlı, Taylandlı, Tayvanlı, İranlı ve Hong Konglu göçmenler (Portes ve Manning, 1986; Light, 1987: 210). Yaptığı çalışmada, çevrenin düşmanlığına karşı göçmenlerin serbest çalışmayı tercih ettikleri tezi üzerinde yoğunlaşmıştır. Bundan hareketle 'Disadvantage Theory' çalışmaları çerçevesinde dışlanan grupların serbest çalışmaya yöneldiklerini ispatlamaya çalışmıştır. Ancak bu çalışmalar, en dışlanmış grubun yani zenciler arasında serbest çalışma oranının niye düşük olduğunu açıklayamamıştır. Bununla birlikte yasal ekonomide başarısızken aynı grubun yasa dışı faaliyet alanlarında bir hayli 'başarılı' olduğu gözlemlenmektedir: fuhuş, kumar, esrar alım-satımı vs, ki bu sektörde vergiden kaçırılan gelir 300 milyar dolar civarına ulaşmış durumdadır (Light, 1987: 201).

Bu temelden hareketle Light tezini farklılaştırıp, niye belli etnik ve dinsel grupların müteşebbislikte öne geçtiklerine dair klasikleşmiş soruya cevap aramıştır. Light bulguları iki temel kavram ile toparlamaya çalışmıştır: Etnik ve sınıfsal kaynaklar.

Etnik kaynaklar arasında şunlar vardır: Bir grubun sosyo-kültürel, kültürel miras, karşılıklı ödünç verme sistemi (özellikle Doğu Asyalılar arasında çok yaygındır), mevcut çalışma standartlarına duyulan tepki, cemaat içi dayanışma, sosyal ilişki ağları, para biriktirip memlekete geri dönme hayalleri ve işletmeler için gerekli etnik çalışanlar (Light, 1984: 201; 1987: 209). Ama aynı zamanda belli kültürel miras, sosyal ilişkiler ve güven de önemlidir (Portes ve Zhou, 1992; Light, 1987; Waldinger, 1986).

Sınıfsal kaynaklar ise şunlardan oluşmaktadır: kültür dışında özellikle maddi kaynaklar, özel mülkiyet, beşeri sermaye (human capital), ve yatırım yapabilmek için maddi kaynaklar. 'Kültürel anlamda sınıfsal kaynaklar dayanışma süreci içerisinde nesilden nesile aktarılan burjuva değerleri, görüşleri, bilgileri ve yetenekleri içermektedir' (Light, 1984: 201; Light, 1987: 210).

Bu iki temel kaynak farklı etnik gruplar tarafından ya beraber veya ayrı ayrı kullanılabilir. Hatta etnikten sınıfsal kaynaklara kayış dahi tespit etmek mümkündür (Light, 1984: 203). Özellikle son dönem göçlerle birlikte, Kore, Vietnam, İran, Küba ve Tayvan'dan gelenlerin sınıfsal kaynakları girişimciliğe geçişte özellikle gündeme getirdiklerini gözlemlemek mümkündür. Para ve know-how ile birlikte göçtükleri için ekonomik anlamda başarılı olmaları pek şaşırtıcı değildir. Ancak Koreli ve Miami'deki Kübalı göçmenler arasında, etnik kaynak kullanımının belirgin olduğunu görmek mümkündür, bunun ise etnik işletmeciliği de dönüştürdüğüne dair ipuçları vardır, çünkü bu grupların aynı zamanda kendi etnik topluluklarının toplumsal dikey hareketliliklerini teşvik ettiklerini gözlemlemek mümkündür (Wilson ve Portes, 1980; Light 1987:211). Ancak asimilasyon tehlikesiyle zamanla 'etnik kaynakların' tehdit altında olduğu gözlemlenmektedir. Artık yeni nesil yerlilerin değerlerini, alışkanlıklarını vs. benimsemektedir (Light, 1984: 207 ve 211). Bu olgu aynı zamanda zenciler arasında müteşebbis sayısının düşük olduğunu Light'a göre açıklamayı da mümkün kılmaktadır. Dezavantajlı ve düşük sınıfsal kaynaklara sahip olan zenciler, serbest çalışmayı tercih etmemektedirler. Ayrıca yeni göçmüş olan - örneğin Koreliler - eğitim düzeylerine göre daha az kazandıklarından dolayı, onlar için serbest çalışmak daha avantajlıdır. Ancak zenciler için durum farklıdır: 'ABD'de zenciler memurlara göre girişimci olarak daha az

kazandıkları için, bu dengesizliği onlarda gözlemlemek mümkün değildir' (Light, 1987: 207).

Başka araştırmacılar özellikle kültürel ve dış görünüm açısından (Uzak Doğulu, Asyalı, Sarı tenli vs.) farklı olanlar arasında dışlanma olasılığının 'sınırlı dayanışmaya (bounded solidarity)' yol açtığını belirtiyorlar (Portes ve Zhou, 1992: 510-513). Diğer faktör ise 'zorunlu güven (enforceable trust)'dir. Bunu özellikle dönüşümlü kredi sisteminde görmek mümkündür: Birçok Asyalı iş kurarken tanıdıklarından borç almakta ve ekonomik durumu düzeldiğinde başka girişimci adayına kredi açmada kendini yükümlü hissetmektedir. Yükümlülüklerini yerine getiremeyen dışlanmaktadır (Portes ve Zhou, 1992: 506).

İlk araştırmalar 'Etnik ve sınıfsal kaynaklar' (Ivan Light) kavramsallaştırmaları ekseninde bu fenomenleri anlamaya çalışırken daha sonraki araştırmalar bunun yetersizliğine dikkat çekerek etnik bölgeler ('ethnic enclave') ve 'beşeri sermaye' kavramları çerçevesinde olayı anlamaya çalışmıştır. Çünkü bazı gruplar 'malting pott' içinde eriyip giderken, bazıları mekansal olarak da farklılıklarını belirgin kılmaktalar. ABD'de 'etnik özel bölgelerin' ('Ethnic Enclave') varlığı Miami'de Kübalıların oluşturduğu altkültürden (subculture) veya 'China Town'lardan' görmek mümkündür. Wilson ve Portes (1986) Kübalı göçmenler üzerinde yaptıkları araştırmalarla 'beşeri sermaye' yapısını ve etnik topluluk içersinde bunun ne kadar etkili ve serbest mesleklere geçmede belirleyici olduğunu açıklamaya çalışmışlardır. Kurumsal veriler ve kendi araştırmalarıyla özellikle etnik topluluk içersinde bunun karlı olduğunu tespit etmişlerdir. Ancak Sanders ve Nee (1987) yaptıkları araştırmayla 'beşeri sermayenin' ancak serbest çalışan göçmenler için avantajı olduğunu, ücretli çalışanların ise bundan yararlanamadıklarını hatta ücret ve sosyal statü olarak ancak statüsü düşük yerli iş piyasasıyla kıyaslanabileceğini göstermişlerdir. Almanya için yapılan araştırmalar, Almanya dışında edinilmiş diplomaların ve mesleki eğitimlerin işsizliğe karşı bir güvence olmadığını ortaya çıkarmıştır (Seifert, 1996b: 8).

Boşluk Ekonomisi (Nischenökonomie)

Göçmenlerin, gitgide memleketlerine dönmekten vazgeçmeleri ve çalıştırdıkları ve işlettikleri dükkan, şirket vs. sayısında ciddi artışlar görülmesiyle birlikte özellikle 70'lerde sosyal bilimcilerin araştırma alanlarına girdiklerini görmek mümkündür. Şu an Almanya'da yaklaşık 270.000 yabancı müteşebbis bulunmaktadır. Wiebe'nin 1980'de yaptığı araştırmayla bir kısım yabancıların oluşturduğu pazarın aslında kendi ihtiyaçlarını karşılamak üzere bir boşluğu doldurmak üzere (Nischenökonomie) bir ekonomiden bahsedebileceği iddia edilmiştir. Buna göre örneğin İtalyanlar ve Yunanlılar daha dışarıya ve özellikle Alman tüketiciye açık, Türk göçmenler ise içe kapanık ve kendi topluluklarıyla yetinir durumda gösterilmiştir (Wiebe, 1984). Temel faktörler olarak içe kapalılık, dil yetersizliği, kendi kendine yetinme ve İslami değerler gösterilmiştir. Hatta başka araştırmalar 'etnik dayanışma' dışında 'köysel bireyselliği' ana faktör olarak gösterebilmiştir. Buna göre küçük işletmeler aile ilişkilerine ve desteğine dayanarak, bireylerin temel geçim kaynağını sağlamak üzere örgütlenmişlerdir (Blaschke ve Ersöz, 1987: 50). Bu tip 'kültürel' yaklaşımlar, bir taraftan zaten var olan kültürel önyargıları 'akademik' olarak desteklemekle birlikte, zamanla oluşan farklılığı gözden kaçırmaktadır. Çünkü göç süreci bu işletmelerin yalnızca Türklerin yoğun olduğu bölgelerde ve belli branşlarda değil gitgide Alman ekonomisine benzer farklılıklar göstermeye başladığı gözlemlenmiştir (Duymaz, 1988: 68). Gurbette sosyalleşen müteşebbisler artık sadece kendi etnik topluluklarını dikkate alarak değil, genel ekonomiyi de göz önünde bulundurmaktadır. Ayrıca mevcut Alman aile şirketlerini de acaba 'köysel bireysellilikle' açıklamak mümkün olacak mıdır? Bunun dışında 'Nischenökonomie' Alman toplumu tarafından dışlanan insanların çareyi işletmeci olmakta aramaları gibi bir sebebi de tamamen göz ardı etmektedir.

Almanya'daki siyasi tartışmaların paralelinde konu hep uyum problemi etrafında tartışılmıştır. Soru hep, bu işletmeler entegrasyona (uyuma) olumlu mu etki ediyorlar, yoksa Türklerin Alman toplumundan soyutlanmalarını mı teşvik ediyorlar çerçevesinde sorulmaktadır. Bu kısır tartışmayı aşmak merkezi Essen'de olan Türkiye Araştırmalar Merkezi'nin (TAM) yaptığı gibi, savunmacı bir refleksle

asında bunların ne kadar verimli ve etkin olduğunu ispatlama çabalarıyla mümkün görünmemektedir. Her ne kadar TAM'ın araştırmalarında bu ekonomiye ilişkin olarak zaman zaman eleştirel bir üslup kullanılsa da, sonuç ve değerlendirmeleri kümülatif rakamları (işletme sayısı, çalışanların sayısı, ciroları vs.) takdim etmekle yetindikleri gözlemlenmektedir (bkz. Sen ve Goldberg, 1994). Bu tip yaklaşımlar özellikle etnik ekonomi içi sosyal yapı analizlerini ve bunların ortaya çıkardığı bulguları dikkate almamaktadır.

Aracı Azınlıklar (Middleman minorities)

Etnik ekonomi ile ilgili çalışmalarda farklı bir yol izleyen Bonacich, belli etnik toplulukların 'azınlık ve çoğunluk, üreticiler ve tüketiciler, emlak sahipleri ve kiracıları, elitler ve kitleler arasında' aracı bir pozisyona sahip olduklarını iddia etmiştir (Bonacich, 1973: 583). Buna örnek olarak Avrupa'daki Yahudileri, Güneydoğu Asya'daki Çinlileri, Doğu Afrika'daki Asyalıları, Türkiye'deki Ermenileri, Batı Afrika'daki Suriyelileri, Hindistan'daki Persleri, ABD'deki Japonları ve Yunanlıları vs. göstermiştir (Bonacich, 1973: 583). Misafir (sojourner) olarak gelen bu göçmenler aslında memleketlerine dönmek niyetinde oldukları için çok yoğun tasarruf eden, harcamayan, biriktirdikleri paraları memleketlerine gönderen topluluklar olup, ekonomide de belli branşlara yoğunlaşma eğilimi göstermektedirler. Bu meslekler özellikle özgür kalmalarına imkan sağlayan mesleklerdir: berber, ayakkabıcı, kuyumcu, lokanta sahibi, terzi vs., ki bunlar Suriye'deki Ermeniler, Polonya'daki Yahudiler ve ABD'deki Japonlar ve Çinliler arasında çok sık görülen uğraş alanlarıdır. Bu grupların özellikleri bir yandan maddi birikime sahip olmaları, bir taraftan 'çoğunluk toplumu' ile ilişkilerini asgari düzeyde tutmalarıdır. Bu tabii gettolaşmaya ve etnik topluluk içi evlenmeye, etnik kurumlaşmaya (okul, ibadethane vs.) ve siyasi örgütlenmelere karşın pasif kalmaya doğru gitmektedir. Formel ve informal ilişkiler dinsel ve etnik özellikleri muhafaza ve pekiştirmede kullanılmaktadır. Bu da ekonomide kaynakların dağıtımını ve rakiplerin kontrolünü sağlamaktadır (Yavuzcan, 2003: 47).

Bu durum ise birçok etnik topluluğun belli branşlarda yoğunlaşmasına ve tekel kurmasına da imkan sağlamaktadır. Çünkü bilgi, maddi kaynakların ve avantajların etnik topluluk içerisinde

kalması, bu toplulukların güçlenmesine imkan sağlamaktadır: II. Dünya Harbinden önce Seattle'deki (ABD) Japonların 74% dükkan sahibi ve 1943'de Jamaika'daki Çinlilerin 63,6% ticaretle meşguldü, ki toplam nüfusta oranları ancak 2,2% idi. Özellikle Yahudilerin, Çinlilerin ve Hintlilerin her ülkede benzer ekonomik faaliyetlere giriştiklerini gözlemlenmektedir. Bunun sebebinin Bonacich kültürel bağlarda görülmektedir (Bonacich, 1973). Ancak bu tip toplulukların oluşturdukları etnik ekonomi, daha ziyade ilk dönem ilkel kapitalist üretim biçimlerine benzemektedir. Çünkü modern kapitalist işletmelerde, aile, din ve etnisite gibi faktörler etkin değilken, 'aracı azınlıkların' bu tip evrensel özelliklerden mahrum oldukları gözlemlenmektedir (Bonacich ve Modell, 1980).

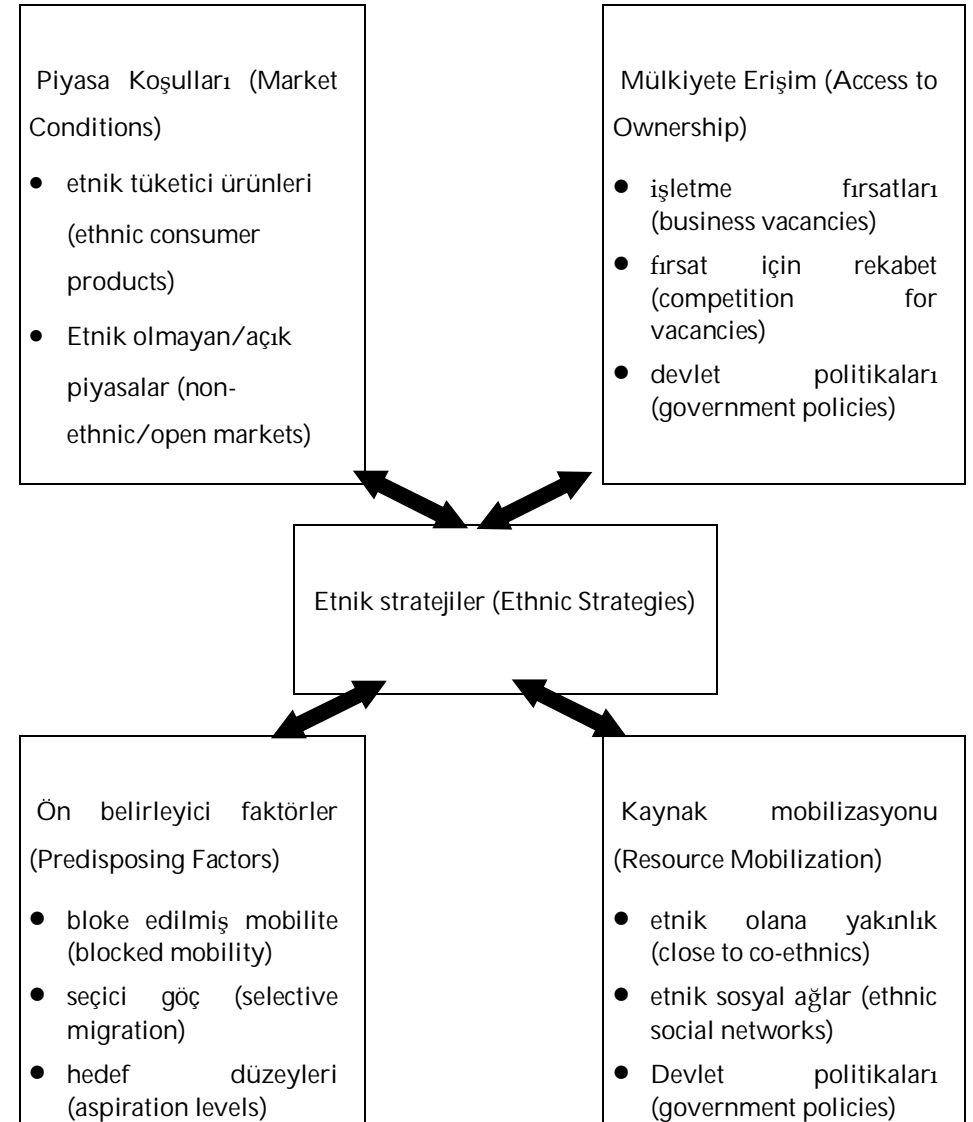
Ancak 'etnik işletmelerin' başarısı bir çok kez de çevrenin düşmanlığına ve kıskançlığına sebep olmaktadır. Bu durumlarda etnik toplulukların fazlaca içe kapanık olmaları kendilerine dezavantaj olmaktadır. Bazen bu toplulukların tekrar ülkelerine göçtükleri veya geri dönme hayali ile yaşadıklarını gözlemlenmektedir. Ancak 'aracı azınlıklar' tezine getirilecek daha köklü eleştiriler bulunmaktadır. En temel itiraz: dönme durumunda yani 'sojourner' olarak kabul edilen birçok toplulukların kendilerini böyle görmemeleridir. Waldinger bu bağlamda Asyalı ve Hispanik (Meksika, Küba vs.) kökenli işletmecilerin yapıp ettiklerinde dönme fikrinin pek hakim olmadığını belirtmekte (Waldinger, 1989: 55; 70), ve çoğunluğun düşmanlığı her zaman etnik dayanışmayı getirmeyebilmektedir (Light, 1979: 41).

Portes ve arkadaşları Bonacich ve diğerlerine getirdikleri eleştirilerde 'aracı azınlıklar' kavramsallaştırmasına karşı, 'etnik bölgeler (ethnic enclave)' kavramını öne sürmüşlerdir. Artık etnik topluluklar sadece kendi cemaatlerine değil, bütün topluma hitap etmekte. Yalnızca 'elitler' ve 'kitle' arasında bir aracı konuma sahip olmadıkları hatta 'göçmen bölgelerde (immigrant enclave)' bulunanların, doğrudan ana ekonomiyle rekabet içerisinde oldukları iddia edilmektedir. Ve aracı konumda olan azınlıklar (istisnalar hariç) dağıntık olarak oturdukları halde, diğer birçok göçmenlerin belli bölgelerde belirgin bir şekilde yoğunlaştıklarını, ve bunun kendilerine dil ve kültür bilgisi olmadan ekonomik olarak atılgan olma imkanı sağladığını iddia etmektedirler (Portes ve Manning, 1986 : 62-63).

Son yıllarda yapılan araştırmalar özellikle 'sosyal ilişkiler ağı'nın' (social networks) belirgin şekilde etnik işletmelerin kurulmasında etkin olduğunu göstermektedir. İformel ilişkilere dayanan bu ilişkiler ağı, özellikle iş bulmada, bilgi edinmede, girişimcilik için gerekli birikim ve tecrübenin aktarımında etkin olmaktadır (Razin, 1993: 99). Özünü ailevi ilişkilerin, dil ve kültürün oluşturduğu 'ilişkiler ağı' etnik işletmecilik tarafından da güçlendirilmektedir (Razin, 1993: 98). Sanders ve Nee'nin (1996) yaptığı araştırmada etnik işletmelerin ailevi yapılarını ile etnik işletmecilerin ve elemanlarının beşeri sermayelerini araştırıp, özellikle ailenin şirketlerin ve işletmelerin kurulmalarında büyük bir rolünü olduğunu tespit etmişlerdir. Ancak ülkelerinde edinmiş oldukları sosyal kapitali (İngilizce bilgisi, eğitim, beceri, diploma vs.) ABD'de kullanamadıklarını, ancak bunu kendi işletmelerini kurmada etkinleştirebildiklerini tespit etmişlerdir. İşletmeci, çalışan ve finans kaynağı oluşturma ve kullanımını patronaj ilişkilerine dayanmakta (Sanders ve Nee, 1996: 237). Asya kökenli (Çin, Kore, Filipini Hint) ve üç Hispanik grup (Meksiko, Küba, Poerto Riko) arasında yaptıkları araştırmada özellikle evli olmanın 20% oranında girişimci olma ihtimalini artırdığını, ayrıca ailede işletmelerde işçi olarak kullanılabilinecek gençlerin olmasının da olumlu etki ettiğini tespit etmişlerdir. Kadınların Üniversite mezunu olması onların serbest çalışmalarını 50% oranında olumlu etkilemektedir (Sanders ve Nee, 1996: 240-242). Özellikle daha fakir ve eğitimsiz kesimlerden gelen Meksikalı ve Porto-Riko'lu göçmenler sosyal kapitale haiz olmadıkları için işletme kuramamaktalar (Sanders ve Nee, 1996: 246).

Waldinger yaptığı araştırmalarla özellikle yapısal etkenlerin belirleyici olduğunu tespit etmiştir. Etnik mamullere ihtiyaç dışında göçmenlere işletme sahibi olabileme, bilgi edinme imkanı yolları açık olması ve işletme sahibi olma temayülleri olması gerekmektedir (Waldinger, 1983, 1986) (bkz. Grafik 1). 'Fırsat yapısı (Opportunity structure)' olarak ifade ettikleri tezlerini tespit edebilmek için yaptıkları araştırmalarda, bir bölgede bakkal ve küçük işletmelere ihtiyacın yerlilerin o bölgede işletme açma isteksizlikleriyle olumlu bir şekilde örtüştüğünü saptamışlardır (Waldinger ve diğerleri, 1985:591). Waldinger, Aldrich ve Ward yukarıda geçen genel tespitleri alttaki (Grafik 1) grafikte toplamaya çalışmışlardır.

Grafik 1: Etnik İşletmeciliği Anlamaya İlişkin Model



Kaynak: Waldinger, Aldrich ve Ward 1990: 22

Waldinger, Aldrich ve Ward yukarıdaki şemaya göre 'etnik stratejileri' dört başlık altında topluyorlar: piyasa koşulları, serbest meslek edinmeye giriş, kaynakların mobilize edilmesi, ve ön-belirleyici

faktörler. Piyasa şartları genel olarak piyasanın durumu ve etnik mamuller, piyasaya girişi düzenleyen mekanizmalar ise hükümet politikaları, boş işyerlerin olması ve bunun üzerinde rekabet; ön-belirleyici faktörleri daha sosyo-psikolojik faktörler olarak da değerlendirmek mümkün: engellenmiş hareketlilik, seçkin göç ve tutku düzeyleri. Kaynakların kullanımını aslında Light'ın teorisini çağrıştırmaktadır: kendi etnik topluluğuna yakınlık, etnik sosyal ilişkiler ve farklı topluluklara uygulanan farklı hükümet politikaları.

Almanya'da Yabancılar ve Aileleri

Almanya'nın da bir göçmen ülkesi olduğu kanaati Alman siyasetçileri tarafından daha yeni yeni ifade edilmeye başlanmıştır. Aslında süreç II. Dünya Harbinden sonra başlamış olup, özellikle 60'ların başında ivme kazandı. Savaş sonrasında ABD desteği ile de canlanmaya başlayan Batı Almanya ekonomisi, istihdam ihtiyacını Sovyetlerin kontrolünde bulunan Doğu Almanya'dan kaçan Alman göçmenlerle büyük ölçüde karşılayabiliyordu. Ancak 1961'de Berlin duvarının inşasıyla yeni arayışlar başladı. Daha önce İtalya, Yunanistan ve İspanya ile yapılan göçmen işçi anlaşmalarına 1961'de Türkiye ile yenisi eklendi, bunu Fas (1963), Portekiz (1964), Tunus (1965) ve Yugoslavya (1968) takip etti (Sen ve Goldberg, 1994: 9; Korte, 1985: 11). Maksat ağır sanayi ve maden ocaklardaki istihdam ihtiyacını karşılamaktı. Bu ihtiyaç (özellikle) Türkiye'nin Doğu ve Güneydoğusundan gelen vasıfsız işçiler ile kapatılmaya çalışılmıştır. Göçün bu ilk dalgası 1973 yılına kadar devam etmiştir. Bu tarihten itibaren işçi alımı durdurulmuş olup, göçmüş olan işçiler ülkelerine dönüp bir daha Almanya'ya gelememe riskiyle karşı karşıya kalmışlardır. 70'li yılların getirdiği ekonomik ve siyasi krizler bu tarihten itibaren göçmenleri ailelerini Almanya'ya almaya zorlamıştır. 80'lerde mülteci akımına uğrayan Almanya'da entegrasyon tartışmaları paralelinde teşvik primleriyle yerleşmiş insanlar ve aileleri tekrar ülkelerine dönmeye teşvik edilmişlerdir. Ancak pek fazla başarılı olamayan bu politikalarla birlikte 90'larda mülteci akımını önleme ve II. ve III. neslin sorunları üzerinde yoğunlaşma olup, 2000'lerin başında Almanya'nın da – aynı ABD, Fransa ve İngiltere gibi – bir göçmen ülkesi haline dönüştüğü siyasetçiler tarafından fark edilmeye başlanmıştır. Siyasi tartışmalardan uzak, hatta siyasetin kendilerine yönelik

ilgiyi/ilgisizliği pek umursamayarak yerleşen nüfus kendi altyapısını da oluşturmaya başlamıştır. Bunun en belirgin tarafı da 'etnik ekonomi'dir.

Almanya İstatistik Dairesi'nin verdiği bilgilere göre Almanya'da 2004 yılı rakamlarıyla 7.288.000 yabancı yaşıyor, yani toplam nüfusun 8,9% yabancıardan oluşuyor. Bunlardan 26% Türk, 8% İtalyan, Polonyalı ve Yunanlar 5%. Yabancılar arasında kadınların oranı 48%. Toplam 2,6 milyon Türk kökenliden yaklaşık 840.000 Türk, Alman vatandaşlığına geçmiş durumda. Özellikle İran devriminden sonra yoğun bir göç dalgasıyla 80'lerde siyasi nedenlerle göç edenlerle birlikte, 90'larda savaştan kaçıp gelen veya ekonomik sebeple gelen İranlıların sayısında artış oldu. 1999 yılında Almanya'da 116.446 İran vatandaşı yaşamaktaydı. Türklere göre daha küçük etnik grup olan İranlılar özellikle Kuzey-Ren-Vesfalya, Hamburg ve Berlin eyaletlerinde yaşamaktalar (Statistisches Bundesamt, 2006).

Yabancıların sosyo-ekonomik yapısı Almanlara göre hala farklı: 2001 yılı rakamlarına göre yabancıların 56% işçi iken, Almanların çoğu özel sektörde veya devlette memur olarak çalışmaktalar (Statistisches Bundesamt, 2001:49). Ancak yabancılar arasında da belirgin farklar var: İtalyanlar ve Eski Yugoslavya Cumhuriyetinden gelenler Türklere ve Yunanlara göre daha iyi eğitilmişler ve kazançları daha iyi (Bender ve Karr, 1993: 194). İkinci nesilde nispi bir gelişme olsa da, genel olarak yabancıların işsiz kalma ihtimali daha yüksek: 1997 yılında Almanlarda ortalama oran 11,7% iken, yabancılar arasında işsizlik oran 18,66%, hatta bu oran Türklere arasında 22,5% (AID, 4/96:8).

Almanya'da Yabancı İşletmeciler hakkında yapılan araştırmalar

Almanya'da 1996 rakamlarına göre 269.000 müteşebbis bulunmaktadır. Bu sayı 2001 yılında 257.000'e gerilemiş durumda (Sen, 1996.30; AID, 2/02:18). Yabancı işletmecilerin çoğu dört ülkeden gelmektedir: İtalya, Türkiye, Yugoslavya ve Yunanistan. Alman İstatistik Dairesinin verdiği bilgiye göre, İtalyanların ve Yunanların ortalama müteşebbis oranları yüksek iken (12,0% ve 11,8), bu oran Türklere arasında 5,2%. İşletmelerin çoğu gastronomi, esnafçılık ve küçük işletmelerden oluşmaktadır. Zanaatkarlar da az oranda değildir (Berber, Araba Tamircileri, Terziler vs.). Türkiye Araştırmalar Merkezinin (TAM) kendi yaptığı araştırmalara göre Türklere arasında işletme sayısı,

Federal İstatistik Dairesinin verdiği oranlardan daha yüksek: TAM'a göre 2001 yılında 59.000 Türk serbest meslek sahibi vardır (Zentrum für Türkeistudien, 2001). Bu işletmeciler tek yatırımcı olarak değil, yetişen gençlere istihdam, eğitim ve staj imkanı oluşturdukları için Alman kamuoyu tarafından da gitgide dikkate alınmaktadır (Czock, 1990: 34). Bu işletmeler arasında Almanya tekstil, inşaat ve seyahat branşının büyük işletmecileri ve yatırımcıları da bulunmaktadır: Öger Tour, Santex-Moden, HMB Bau AG vs.

Almanya'da yapılan araştırmaların temel sıkıntısı istatistik verilerin sınırlı olması ve Alman makamlarının ve araştırmacıların taleplerine istatistik bilgilerin gizlilik esasına dayandığı gerekçesiyle Ticaret Odalarının da pek yardımcı olmamalarıdır.

Empirik Araştırma

Empirik araştırma için, Türklerin yoğun olarak yaşadığı Batı Almanya'da bir sanayi şehri olan Köln seçilmiştir. En büyük işverenlerin arasında Ford Fabrikası ve Köln'e bitişik işletme yeri bulunan Bayer kimya fabrikası var. Bir milyonu aşkın nüfusun 2001 rakamlarına göre 18,9% yabancı. Bunlardan 75.567 Türk vatandaşı, Alman vatandaşlığına geçmiş Türklerle birlikte yaklaşık 85.000 Türk asıllı Könlü bulunmaktadır. Türklerden sonra en yoğun göçmen topluluklar İtalyanlar, Yugoslavyalılar ve Yunanlar. İranlılar ise 6500 civarındadır.

Anket için toplam 206 Türk ve 108 İranlı işletme sahibine 2002 yılında standart sorularla anket uygulanmıştır. Anketten önce işletmelere anketin konusunu anlatan bir yazı bırakılmıştır. İranlı işletmelere ilk denemelerden sonra Alman anketçi gönderilmesi daha uygun olmuştur, çünkü İran resmi makamları tarafından kendileri hakkında bilgi edinme talebi olabilir düşüncesi pre-testde tespit edilmiştir. Türklere Türkçe konuşan anketörlerin gönderilmesi, onların da Alman resmi makamların (özellikle) maliye yetkililerle bir ilişkinin olmadığını ispatlamak açısından uygun olmuştur.

İlk tespitlere göre Türk ve İranlı işletmelerin cinsiyet yapıları birbirine benziyor: kadın işletmeci sayısı İranlılarda 16,7%, Türklere 15,0%. Kadın işletmeci sayısı tek azınlıklarda değil genel olarak Alman işletmeciler arasında da düşük.

Ancak yaş yapısında iki topluluk arasında belirgin bir farklılık gözlemlenmek mümkündür ($p < 0.001$; $\chi^2 = 21,85$): İranlılarda ortalama doğum yılı 1957 iken bu Türklere 1963. Bunun nedenini İranlıların daha geç yaşlarda Almanya'ya göçlerinde ve tahsil sürelerinin ve dolayısıyla düzeylerinin daha yüksek olmalarıyla açıklamak mümkündür. Ancak bir İranlı işletmeci Almanya'da doğmuş iken Türklere arasında bu oran 8,7% ve ayrıca Türklere Almanya'da bulunma süreleri daha uzun: 55,8%'i 20 yılı aşkındır Almanya'da, İranlıların ise ancak 31,1%'i bu durumda. Türklere 50,2% ne Türkiye'de ne de Almanya'da bir meslek eğitimi almamış - İranlıların ancak 22,5% bu durumdadır. Bu durum kadın işletmeciler için de geçerli: İranlı kadın işletmeciler, Türk işletmecilere göre daha eğitimlidir (Yavuzcan, 2003: 131-142).

İki müteşebbis grubu içinde 'kendi kendinin patronu olmak' veya 'bağımsızlık' serbest çalışma için çok önemli bir etkidir (bkz. Tab.1). Ancak iki topluluk arasında belirgin farklar da var. Ortalama daha iyi eğitilmiş ve daha ziyade orta sınıf ailelerden gelen İranlılar da Alman iş piyasasına uyum sağlamakta zorlanıyorlar. Bunun nedeni a) yapısal ayrımcılıklar: örneğin yurt dışında edinilmiş diplomaların birebir kabul edilmemesi ve eleman tercihinde Alman ve AB üyesi ülkelerden gelenlerin tercih edilmesi, b) genel ekonomik durgunluk ve c) İranlıların yaş ortalamasının yüksek olması, iş ararken dezavantaj olabilmektedir. İranlılarda ayrı bir motivasyon kaynağı 'edinmiş olduğu mesleği' icra edememektir. Türklere bu sebepten öne çıkmamaktadır, çünkü meslek eğitimi almış Türk işletmeci sayısı düşük. Bu nedenle fizikçi, inşaat mühendisi, dış teknisyeni vs. olan İranlılar sosyal prestijlerini korumak için serbest meslekleri tercih ediyorlar (Khosravi, 1999). Gerçi Türk işletmecilerin de hakkının da burada teslim edilmesi gerek: işçi olanlara göre serbest çalışan işçi göçmenleri ve çocukları daha tahsillidir (Özcan ve Seifert, 2000: 293).

Tablo 1: İranlı ve Türk işletmeciler serbest çalışma nedenleri

	Türkler	%	İranlılar	%
Aile şirketi	49	15,0	15	9,7
Daha fazla gelir	73	22,4	24	15,6
Prestij	32	9,8	7	4,5
Bağımsızlık	136	41,7	63	40,9
Uzun zaman işsizlik	19	5,8	18	11,7
İşsiz kalma riski	11	3,4	11	7,1
Eğitim aldığı mesleği icra edememe	6	1,8	16	10,4
Toplam	326	100	154	100
Chi2=18,7, df=5, p<,05; Cramer's V=.28				

Yer seçimi

Etnik işletmeleri görsel anlamda da yerli işletmelerden farklı kılan onların etnik toplulukların yoğun olarak yaşadığı bölgelerde bulunmaları ve kendilerini 'etnik' özelliklerinden dolayı diğerlerinden farklı kılmalarıdır: Türk Dönercisi, İtalyan Pizzacısı, Çin Lokantası vs. Hatta yukarıda bahsedildiği gibi 'Nischenökonomie' (Boşluk Ekonomisi) yaklaşımına göre, özellikle etnik mamullere (farklı mutfak alışkanlıkları, dinsel vecibeler (helal et) gibi) vs. olan ihtiyaç bu tip işletmelerin ortaya çıkmasına önayak olmakta, ama aynı zamanda bu işletmeleri belli etnik tüketici kitleleriyle sınırlandırmaktadır. Ancak İranlılar için aynı durumu tespit etmek mümkün değildir. Çünkü 2000 yılının sonuna doğru Köln'de yaşayan 191.847 yaban cıdan ancak 5311 İran vatandaşı ve 1995'den bu yana Alman vatandaşlığına geçen İranlı da buna eklendiği takdirde 6500 İranlı Köln şehrinin belli bir bölgesinde oturmamakta, hatta İranlı bir getto veya 'etnik bölge'den bahsetmek mümkün değildir. Yaşadıkları semtlerde de yabancıların oranı düşük. Ancak istatistiki veriler İranlılar arasında serbest çalışma oranının yüksek hatta Türklere göre daha yüksek olduğunu göstermektedir. Ayrıca bir çok İranlı işletme ilk bakışta İranlı bir işletme görünümü vermemektedir: fotokopi dükkanı, gazete bayii vs. Bu nedenle İranlılara bu modelin uygulanması pek tutarlı görünmemektedir, çünkü İranlıların yer seçimini etnik özelliklere göre yapmaları beklenemez. Ancak Türk işletmecilerde çok farklı bir portre ortaya çıkmaktadır.

İşletmecilerin 25,1% işletmelerinin bulunduğu semtte oturmalarını sebep gösterirken, 20,1% Türk mahallesi, Türk çevre ve tüketicilerinin bulunmasını sebep olarak göstermekte veya tanıdıklarının olduğunu ifade etmektedir (7,8%). Hatta işi tesadüfe bırakan bile var (8,8%). Ancak çok az bir kısmı ekonomik sebepler ileri sürmektedir: iyi iş çevresi 3,9%, merkezi konuma haiz 5,3%, bu tip işletme burada yoktu 6,2%. Genel olarak tüketiciye (yani Türk tüketicisine) yakınlık yeterli görünmektedir. Bu nedenle Türk esnafın müşterisi 45,9% Türklere oluşuyor, İranlılarda ise bu rakam 14,9%'dur, yani müşterilerinin 70,8%'i Almandır.

Türklerin yoğun ve yabancıların az yaşadığı bölgelere bakıldığında portre biraz farklılaşmaktadır. Burada üç temel hipotez geliştirildi:

- Artan 'beşeri sermaye' ile (Almanca bilgisi, eğitim düzeyi ve Almanya'da bulunma süresi),
- Kendi etnik topluluğu dışından insanlarla ilişki,
- Bir etnik topluluk içerisindeki farklılaşma (etnik ve dinsel) arttıkça, yer seçimindeki tercih de değişecek.

Almancası iyi, tahsil düzeyi yüksek ve günlük hayatında Almanlarla etkileşimi olan ve onlardan maddi yardım alan insanlar, işletmelerini kendi (örn. Türk) mahallelerinde açmayacaklardır. Ve kendi toplulukları içerisinde yine etnik ve dinsel bir azınlığa ait olanlar, çoğunlukla ilişki kurmayı tercih edeceklerdir.

Tablo 2: Dil, Almanya'da Kalma Süresi Ve Etnik/Dinsel Farklılıklara Göre Yer Seçimi

	Etnik Bölge	Etnik	Signifikans
Almanca düzeyi (1= Pek iyi 6=yetersiz)	2,52	2,74	
Cinsiyet			
Erkek	58,9%	41,1%	
Kadın	71,0%	29,0%	
Yaş			Chi2=4,04 P=belirsiz, df=3
Almanya'da kalma süresi			Chi2=11-98 P<,05 df=5 V=,241
Etnik aidiyet			
Türk	63,5%	36,5%	
Kürt	50%	50%	
Dinsel aidiyet			
Sünni	64,0%	36,0%	
Alevi	41,7%	58,3%	

Yukarıdaki tablodan anlaşılacağı gibi, 'etnik bölgede' ve 'etnik bölgede faal olmayan' işletmecilerin Almanca bilgi düzeyleri birbirine çok yakındır. Orta derecede Almanca bilen işletmeciler tercihleri bölgenin topluluk yapısına göre belirlememekteler. Yani çok iyi derecede Almanca bilen bir işletmeci rahatlıkla Türk mahallesinde işletme açabilirken, Almancası çok zayıf olan işletmeci tüketici kesimin daha ziyade Almanlardan oluşan bir bölgede faal olabilmektedir. Belirgin farklılık cinsiyette öne çıkmaktadır: kadın işletmeciler daha ziyade Türk tüketicinin yoğun yaşadığı bölgeleri tercih etmektedir. Zaten Türk kadın işletmecileri daha ziyade riskin düşük ve işletme kurma bedellerinin yüksek olmadığı işletme türlerini tercih etmektedir: terzi dükkanı, seyahat acentesi vs. Müteşebbislerin belli bir yaşta olmaları istatistiksel anlamda bir anlam ifade etmemektedir (bkz. Tab. 2). Aslında daha genç işletmecilerin daha kolay risk alıp Türklerin yoğun yaşamadığı bölgelerde faal olabileceği tahmin edilirken, eşit düzeyde bir dağılıma olduğu gözlemlenmektedir. Ancak Almanya'da kalma süresi portreyi değiştirmekte: Almanya'da doğmuş olanların yarısı Alman

tüketiciye yönelmekte, Türkiye'den yeni gelmiş olanlar daha ziyade Türklerin yoğun olduğu bölgeleri tercih etmekte (bkz. Tab.2). Yukarıdaki tablodan da anlaşılacağı gibi, daha belirgin farklılıklar etnik ve dinsel aidiyetlerde göze çarpmaktadır. Kürk kökenli işletmeciler, daha ziyade Alman tüketiciye yönelmekte ve Alevilerin 58,3% Almanların yoğun yaşadığı mahalleleri tercih etmekte. Ancak bu faktörlerin dışında iş kolu ve işletmelerin büyüklüğü de belirleyici olabilmekte. Esnafın 62,3% etnik bölgede iken örneğin toptancıların 85,7% Türklerin yaşadığı bölgelerin dışında bulunmaktalar. Gastronomi sektöründe faal olanları her yerde bulmak mümkün iken, hizmet sektörü (69,2%) ve zanaatkarlar (terzi, kuyumcu vs.) (69,0%) Türk tüketicisine yakın bulunmayı tercih etmektedir.

Sonuç/Değerlendirme

Etnik ve Sınıfsal Kaynaklar teorisinin 'etnik ekonominin' bir bölümünü açıklamada faydalı olduğunu yukarıdaki bulgular doğrulamaktadır: iki etnik toplulukta işletmeleri kurarken yoğun bir şekilde kendi etnisitelerine ait akraba ve tanıdık çevrelerinden destek görmekteler. Mali kaynaklar, bilgi, tecrübe ve destek devreye sokulmaktadır. Bu bir ölçüde Bourdieu'nün sosyal kapitale ilişkin tezini doğrulamaktadır. Bu bağlamda sosyal kapital ilişkilerin yoğunluğunu ve yekunu ve önemlisi sosyal ilişkiler ağına entegrasyonu kapsamaktadır (Friedrichs ve Blasius, 2000: 35).

Türkler daha ziyade kendi aralarında kalırken, İranlılar diğer göçmenler ve Almanlardan da istifade etmekte. İranlılar 'etnik bölgelerde/mahallelerde' da (ethnic enclave) yaşamadıkları için, Almanlarla daha ziyade ilişki kurabilmekteler. Ayrıca eğitim düzeyi yüksek insanlar akrabalarından çok daha farklı insanlarla ilişki kurmaktalar, Türklerin eğitim düzeyi düşük olduğu için daha ziyade akraba ve Türk çevresiyle sınırlı kalmaktalar. Buradan Türklerin düşük humankapitali (beşeri sermayesi) kendilerini sınırlandırmaktadır. Ancak alınmış olan destek – iki topluluk tarafından da – başkalarına desteğe dönüşmemektedir. Maddi çıkarlar ağır basmakta. Ancak kuruluş safhasında akrabaların ve tanıdıkların yardımı en temel kolaylaştırıcı faktördür. Fakat işletmeler bir müddet ayakta durduktan sonra bu destekler azalmakta ve kriz dönemlerinde bu ilişkiler tuzağa

dönüşmekte: tüketilen maddi ve manevi 'krediler' sorunları aşmada engel olmakta, çünkü tanıdık çevre bu insanlarla sınırlı. Ancak İranlı işletmeler daha istikrarlı olduklarını gözlemlemek mümkün. İranlı ve Türk işletmeler rekabeti özellikle şikayet konusu edinirken, İranlılar finans ve personel sıkıntısı çekmekte. Özellikle ikinci nesil Türkler için fazla sorun olmamakta, çünkü Türk toplumu geniş olduğu için ve zor koşullarda çalışmayı kabul eden insan bulunabildiği için bu konudaki sıkıntıları daha az dile getirmekteler. Ancak kalifiye eleman bulmakta İranlılar daha fazla şikayet etmekte.

Bahsi geçen 'Boşluk ekonomisi (Nischenökonomie)' teorisi ancak kısmen doğrulanabilmektedir. İranlılar örneğinde geçersiz olan teori, Türklerin değişen sosyo-ekonomik yapısını da açıklamaktan uzaktır. Türkler artık sırf Türklere hitap etmemektedir. Ve bir kısım işletme için 'etnik' sıfatını kullanmak sorunlu hale gelmektedir: çünkü işletme sahibinin Türk kökenli olması dışında bu işletmelerin Almanlarınkinden 'farklı' kılan bir kültürel öge kalmamıştır: ne mamulleri Türk mamulleri, ne de çalıştırdıkları elemanlar salt Türklere aittir.

Farklı etnik topluluklar ekonomik sıkıntıları aşmak için farklı stratejiler üretmektedir. Ancak daha iyi eğitilmiş ve hızlı bir şekilde Almanca dil bilgisine kavuşan ve ek eğitim fırsatlarını da değerlendiren İranlılar bile Alman ekonomisinde yer bulmada zorlanıyor. Türklere ise özellikle ekonomi sahasında kolayı tercih etme eğiliminin baskın geldiğini gözlemek mümkündür. Mevcut bir göçmen nüfusu bu tüketici nüfusun ihtiyaçlarını karşılamak üzere örgütlenmiş bir ekonomiyi öne çıkarmaktadır. Ancak bu yapı istikrar ve kalıcılıktan uzak görünmektedir. Araştırma konusunun diğer bir boyutu 1997'de yapılan ilk araştırma ile 2002 yılı arasındaki benzerlikleri ve farklılıklar gözlemlemektir, ancak makalenin hacmini aşacağı için bu değerlendirme dışı bırakılmıştır. Belli bir cadde (Keupstr.) üzerinde yapılan gözlemleri kısaca özetleyecek olursak: a) dar alanlarda artan işletme sayısı, b) neredeyse hiç düzeye inmiş Alman ve yabancı işletme sayısı, c) işletme sahiplerin sürekli el değiştirmesi ve d) gastronomi sektörünün ağırlığı ve çeşitliliğinin artmış olması.

Ancak bu ekonomiyi uzun vadede bekleyen başka genel sorunlar da var. Başlıca sorun bir çok işletmecinin profesyonel anlayıştan uzak olması. Yukarıdaki verilerden anlaşılacağı gibi birçok işletme yeri daha

'duygusal' nedenlerden ötürü seçilmekte ('burada oturuyorum, burasını tanıyorum, çevrem var burada) ve profesyonel danışmanlık hizmetleri iki topluluk tarafından da kullanılmamaktadır. Diğer sorun ise daha ziyade sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel boyutta. Genel ekonomik sıkıntılardan dolayı tüketici kesim artık işletme sahibinin yalnızca Türk olmasına bakmıyor. İkinci ve üçüncü neslin işletmelerden (malın kalitesi, temizlik, farklılık, servis vs.) beklentileri arttı. Bu nesil daha seçici davranmakta. Bir kısım Alman işletmeler etnik mamuller üretmekte ve bu da piyasayı daraltmakta (pide üreten Alman fırınları, Türk peyniri üreten şirketler, helal et pazarlayan yabancı işletmeler vs.). Ayrıca yeni neslin tüketim alışkanlıkları farklılaştığı için Alman ve etnik kökenli diğer işletmelerden de istifade etmektedir. Türkiye'yi izinden tanıyan Almanlarla Türk gastronomisine rağbet bu yönde artsa da bu piyasadaki yoğun ve bilinçsiz rekabet bütün işletmeleri zor duruma sokmaktadır. Ne kadar Türkiye Araştırma Merkezi (TAM) tarafından işletmelerin çokluğu ve etkinliği öne çıkarılsa da, işletmelerin iç yapısı çalışanlar açısından pek olumlu gözükmemektedir: uzun iş saatleri, düşük ücret, iş güvenliği konusunda duyarsızlık vs.

İranlı işletmeler bu hususta biraz daha avantajlı görünmektedir. Çünkü hitap ettikleri kitle daha ziyade Alman olduğu için daha geniş tüketici kitlesine sahiptirler ve etnisite içi rekabet sorunuyla karşı karşıya değillerdir.

KAYNAKLAR

- Ausländer in Deutschland (AID), Informationsdienst zu aktuellen Fragen der Ausländerarbeit, 3/96, Saarbrücken.
- Ausländer in Deutschland (AID), Informationsdienst zu aktuellen Fragen der Ausländerarbeit, 4/96, Saarbrücken.
- Bender, Stefan und Werner Karr, (1993): Arbeitslosigkeit von ausländischen Arbeitnehmern. Ein Versuch, nationalitätenspezifische Arbeitslosenquoten zu erklären, in: Mitteilungen aus der Arbeitsmarkt- und Berufsforschung, Jg. 2, Stuttgart, 192-206.
- Blaschke, Jochen und Ersöz, Ahmet, (1987): Herkunft und Geschäftsaufnahme türkischer Kleingewerbetreibender in Berlin, in: Berliner Institut für Vergleichende Sozialforschung, Berlin.

- Bonacich, Edna, (1973): A theory of middleman minorities, in: *American Sociological Review*, Vol. 38, Nr. 5, 583-594.
- Bonacich, Edna, (1987): „Making it“ in America. A Social Evaluation of the Ethnic of Immigrant Entrepreneurship, in: *Sociological Perspectives*, Vol. 30 No. 4, 446-466.
- Bonacich, Edna und Modell, John, (1980): *The Economic Basis of Ethnic Solidarity*, London.
- Bukow, Wolf-Dietrich, (1993): *Leben in der multikulturellen Gesellschaft*, Opladen.
- Czock, Heidrun (1990): *Ausländische Betriebsgründungen als Ausbildungsstätten; Erste Ergebnisse eines Modellversuchs zur Erschließung zusätzlicher Ausbildungsplätze für ausländische Jugendliche*. Bonn
- Duymaz, Ismail, (1988): Selbständige Erwerbstätigkeit von Ausländern als Integrationsindikator am Beispiel der türkischen Selbständigen im Ruhrgebiet, in: *Zeitschrift für Ausländerrecht und Ausländerpolitik* 2, 66-73.
- Elschenbroich, Donata, (1986): *Eine Nation von Einwanderern. Ethnisches Bewußtsein und Integrationspolitik in den USA*, Frankfurt am Main.
- Friedrichs, Jürgen und Jörg Blasius, (2000): *Leben in benachteiligten Wohngebieten*. Opladen: Leske und Budrich
- Werner Fuchs (Hg.), (1978): *Lexikon der Soziologie*, 2., Opladen, Westdeutscher Verlag.
- Giles, A.Barrett, Trevor P. Jones and David McEvoy, (1996): Ethnic Minority Business: Theoretical Discourse in Britain and North America, in: *Urban Studies*, Vol. 33, Nos 4-5, 783-809.
- Goldberg, Andreas, Dora Mourinho und Ursula Kulke, (1995): *Arbeitsmarkt-Diskriminierung gegenüber ausländischen Arbeitnehmern in Deutschland*, in: *International Labour Organization (Hg.): International Migration Papers* 7, Genf.
- Güneş-Ayata, Ayşe, (1996): 'Kültürel Kimlik ve Etnik Gruplar', II. Ulusal Sosyoloji Kongresi, 'Toplum ve Göç', Sosyoloji Derneği, 221-230.
- Shahram, Khosravi, (1999): Displacement and entrepreneurship: Iranian small businesses in Stockholm, *Journal of Ethnic and Migration Studies*, Vol., Number 3, 493-509.
- Korte, Hermann (Hg.), (1985): *Ausländische Selbständige in der Bundesrepublik Deutschland*; Projektbearbeiter S. Kahlert und B. Ising. - Bochum: Inst. f. Arbeitssoziologie u. Arbeitspolitik, 44, (19).
- Lawson, Boyd Robert (1989): *Ethnic Entrepreneurs in the Economy: Business Enterprise among Asian-Americans and Blacks in a Changing Urban Environment*, University of North Carolina at Chapel Hill.
- Light, Ivan, (1972): *Ethnic Enterprise in America. Business and Welfare Among Chinese, Japanese, and Blacks*, London.

- Light, Ivan, (1979): Disadvantaged Minorities in Self-Employment, in: *International Journal of Comparative Sociology* 1-2, 31-45.
- Light, Ivan, (1980): *Asian Enterprise in America: Chinese, Japanese, and Koreans in Small Business*, in: Cummings, Scott (Hg.): *Self-Help in Urban America. Patterns of Minority Economic Development*, London.
- Light, Ivan, (1984): *Immigrant and Ethnic Enterprise in North America*, in: *Ethnic and Racial Studies*, 195-216.
- Light, Ivan, (1987): *Unternehmer und Unternehmertum ethnischer Gruppen*, in: Heinemann Klaus (Hg.): *Soziologie Wirtschaftlichen Handels*, Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Sonderheft, 193-215.
- Light, Ivan, Bhachu, Parminder und Karageorgis, Stavros, (1993): *Migration Networks and Immigrant Entrepreneurship*, in: Light, Ivan und Bhachu, Parminder (Hg: *Immigration and Entrepreneurship*, London, 25-51.
- Martin, Albert, (1991): Statusabgrenzung gegenüber ausländischen Arbeitnehmern, in: *DBW*, 51, 629-647.
- Mehrländer, Ursula, (1974): *Soziale Aspekte der Ausländerbeschäftigung*, Bonn-Bad Godesberg.
- Özcan, Veysel und Günter Seifert, (2000): Selbständigkeit von Immigranten in Deutschland – Ausgrenzung oder Weg der Integration?, *Soziale Welt*, 51, 280-302.
- Portes, Alejandro und Robert D. Manning, (1986): The immigrant enclave: theory and empirical examples, in: Olzak, Suzan und Joane Nagel (Hg.): *Competitive ethnic relations*, Academic press.
- Portes, Alejandro und Min Zhou, (1992): Gaining the upper hand: economic mobility among immigrant and domestic minorities, in: *Ethnic and Racial Studies*, 15/4, October 1992.
- Razin, E. (1993): Immigrant entrepreneurs in Israel, Canada and California, in: Light, I. and Bhachu, P. (eds.) *Immigration and Entrepreneurship, Culture, Capital, and Ethnic Networks*, New Brunswick, NJ: Transaction, pp. 97-124.
- Sanders, Jimmy M. und Victor Nee, (1987): Limits of ethnic solidarity in the enclave economy, in: *American Sociological Review*, Vol. 52, 745-773.
- Sanders, Jimmy M. und Victor Nee, (1996): Immigrant Self-Employment: The Family as Social Capital and the Value of Human Capital, in: *American Sociological Review* 4, 231-249.
- Scherr, Albert, (2000): Ethnisierung als Ressource und Praxis, in: *Prokla* 120, Zeitschrift für kritische Sozialwissenschaft, 30. Jahrgang, Nr. 3, September 2000, Schwerpunktthema „Ethnisierung und Ökonomie“, Berlin: Westfälischer Dampfboot, S. 399-414.
- Seifert, Wolfgang, (1996b): Zunehmende Arbeitsmarktintegration bei anhaltender sozialer Segregation, in: *ISI*, Nr. 15, 7-11.

- Sen, Faruk, (1996): Die Folgen zunehmender Heterogenität der Minderheiten und der Generationsaufspaltung, in: Heitmeyer, Wilhelm und Rainer Dollase (Hg.): Die bedrängte Toleranz, Frankfurt, 261-271.
- Sen, Faruk, (1996): Türkische Migranten in Deutschland - Ein Überblick, in: Sen, Faruk und Andreas Goldberg (Hrg.: Türken als Unternehmer - Eine Gesamtdarstellung und Ergebnisse neuerer Untersuchungen, Opladen, 11-45.
- Sen, Faruk und Andreas Goldberg, 1994: Türken in Deutschland. Leben zwischen zwei Kulturen, München.
- Statistisches Jahrbuch (Hg.), (2001): Ausländische Bevölkerung in Deutschland, Wiesbaden
- Statistisches Bundesamt (Hg.), (2006): Datenreport 2006, Bonn.
- Waldinger, Roger David, (1983): Ethnic Enterprise and Industrial Change: A case Study of the New York City Garment Industry, Universität Dissertation, Cambridge.
- Waldinger, Roger, (1986): Immigrant Enterprise – A Critique and Reformulation, in: Theory and Society 15, 249-285.
- Waldinger, Roger, (1989): Structural Opportunity or Ethnic Advantage? Immigrant Business Development in New York, in: International Migration Review 1, 48-72.
- Waldinger, Roger, Howard Aldrich und Robin Ward, (1990): Opportunities, Group Characteristics, and Strategies, in: Roger Waldinger, Howard Aldrich und Robin Ward (Hg.): Ethnic Entrepreneurs: Immigrant Business in Industrial Societies, London, 13-48.
- Wiebe, Dietrich, (1984): Zur sozioökonomischen Bedeutung der türkischen Gewerbetreibenden in der Bundesrepublik Deutschland, in: Brandt, Hans-Jürgen und Haase, Claus-Peter (Hg.): Begegnung mit Türken, Begegnung mit Islam, Ein Arbeitsbuch, Teil 2, Hamburg, 319-326.
- Wilson, Kenneth L. und Alejandro Portes, (1986): Immigrant Enclaves: An Analysis of the Labor Market Experiences of Cubans in Miami, in: American Journal of Sociology 2, 295-319.
- Yavuzcan, Ismail H., (1997): Ethnischer Arbeitsmarkt in Köln. Am Beispiel türkischer Kleinbetriebe. Köln (unveröffentlichte Magisterarbeit)
- Yavuzcan, Ismail H., (2003): Ethnische Ökonomie. Zur Ausformung ethnischen Unternehmertums von Türken und Iranern in personalen Beziehungen, Verlag Dr. Kovac, Hamburg, 2003.
- Zentrum für Türkeistudien (Hg.), (2001): Die ökonomische Dimension der türkischen Selbständigen in Deutschland und in der Europäischen Union, Essen.