

**Akdeniz Üniversitesi
Avrupa Birliği Araştırma ve Uygulama Merkezi (AKVAM)**

AKVAM, 9 Mayıs 2003 Avrupa Günü etkinlikleri çerçevesinde açılmıştır. AKVAM'ın amacı, AB ülkelerini kapsayan bütünleşme hareketlerini yakından izlemek, üye ülkeler arasındaki ilişkilerin gelişmesini desteklemek ve Türkiye'nin siyasi, ekonomik, hukuki, bilimsel ve sosyo-kültürel yönden AB'ye uyum çalışmalarına katkıda bulunmaktır. Üniversite akademik birimleri ve Akdeniz Bölgesi'nde faaliyet gösteren 50'ye yakın kamu, özel sektör ve sivil toplum kuruluşunun temsil edildiği Danışma Kurulu ile geniş bir işbirliği ağına sahip olan AKVAM, şimdiye kadar birçok üye kuruluşla da önemli faaliyetler gerçekleştirmiştir. Üniversite akademik birimlerinin AB Eğitim ve Gençlik Programlarına katılmaları için gerekli kurumsal altyapı çalışmalarıyla başlıyan Merkez, 2008'de faaliyetlerinin beşinci yılını tamamlamıştır. AKVAM'ın bu süre içerisindeki çalışmaları; genel eğitim, tartışma ve bilgilendirme programları ile birlikte, sanat ve kültür, yayın ve araştırma olmak üzere geniş bir yelpazeye yayılmaktadır. (ayrıntılı bilgi için bkz.: www.akdeniz.edu.tr/akvam)

Akdeniz Üniversitesi
Avrupa Birliği Araştırma ve Uygulama Merkezi (AKVAM)
İİBF B Blok Kampus
Antalya

Tel.: 0242-310 64 15 Fax: 0242-227 90 95
e-mail: akvam@akdeniz.edu.tr

AKVAM

ETNİK GİRİŞİMCİLİK - ALMANYA'DA FAALİYET GÖSTEREN TÜRK KÖKENLİ GİRİŞİMCİLER

Hüseyin BOZ



AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
Avrupa Birliği Araştırma ve Uygulama Merkezi
European Research Center
Zentrum für Europäische Studien

ETNİK GİRİŞİMCİLİK

ALMANYA'DA FAALİYET GÖSTEREN TÜRK KÖKENLİ GİRİŞİMCİLER



Hüseyin BOZ

Akdeniz Üniversitesi Yayınları AR 2

Hüseyin BOZ

ETNİK GİRİŞİMCİLİK
ALMANYA'DA FAALİYET GÖSTEREN
TÜRK KÖKENLİ GİRİŞİMCİLER

Akdeniz Üniversitesi
Avrupa Birliği Araştırma ve Uygulama Merkezi
European Research Center
Zentrum für Europäische Studien

Yayımlayan ve İsteme Adresi:

Akdeniz Üniversitesi Avrupa Birliği
Araştırma ve Uygulama Merkezi (AKVAM)
İİBF B Blok
Kampus
Antalya

Tel.: 0242-310 64 15

Fax: 0242-227 90 95

e-mail: akvam@akdeniz.edu.tr

© Bu kitabın her türlü yayın hakkı AKVAM'a aittir, tüm hakları saklıdır. Kitabın tamamı veya bir kısmı 5846 sayılı yasanın hükümlerine göre, kitabı yayımlayan AKVAM'ın izni olmadan elektronik, mekanik, fotokopi ya da herhangi bir kayıt sistemiyle çoğaltılamaz, yayımlanamaz, depolanamaz.

ISBN: 978-975-7666-89-9

Kapak: Ali ERDEM

Tasarım: Figen YILMAZ

1. Baskı 2008

Baskı : ELMA BASIM - İSTANBUL

İÇİNDEKİLER

TEŞEKKÜR.....	5
ÖNSÖZ.....	7
ÖZET.....	9
ABSTRACT.....	10
GİRİŞ.....	11
I. GİRİŞİMCİLİK VE GİRİŞİMCİLİĞİN ÖNEMİ	15
1. Girişimcilik ve Girişimci Kavramları.....	15
2. Girişimciliğin Önemi	16
II. ETNİK GİRİŞİMCİLİK ve ETNİK GİRİŞİMCİLİK KAVRAMINA İLİŞKİN GELİŞTİRİLEN FARKLI YAKLAŞIMLAR.....	19
1. Etnik Girişimcilik Kavramı ve Etnik Girişimcilik ile İlişkili Temel Kavramlar.....	19
2. Etnik Girişimciliğe Farklı Yaklaşımlar.....	20
2.1. Arz Yönlü Yaklaşım.....	20
2.2. Talep Yönlü Yaklaşım.....	21
2.3. Etkileşim Modeli.....	22
2.4. Karma Yerleşiklik Yaklaşımı.....	23
3. Etnik Girişimcilik Sürecinin Gelişim Aşamaları.....	23
4. Etnik Girişimciliğin Farklı Kesimler için Sağladığı Yararlar.....	25
III. ETNİK GİRİŞİMCİLİK ve ALMANYA'DA FAALİYET GÖSTEREN TÜRK KÖKENLİ ETNİK GİRİŞİMLER.....	27
1. Almanya'da Etnik Girişimciliğe Bakış.....	27

1.1. Almanya’da Kendi İşini Kurmada Motivasyon.....	28
1.2. Alman Devleti’nin Yabancı Kökenli Girişimcilere Yöneli İzlediği Politikalar.....	29
1.3. Almanya’da Etnik Girişimcilikte Etnik Kaynakların Etkisi.....	30
2. Misafir İşçilikten Girişimciliğe Uzanan Yolda Almanya’ya Türk Göçü.....	32
3. Almanya’da Türk Girişimciliğinin Gelişimi.....	35
4. Farklı Boyutları ile Almanya’daki Türk Girişimciliğine Bir Bakış.....	39

IV. ALMANYA’NIN FRANKFURT (MAIN) ŞEHRİNDE FAALİYET GÖSTEREN TÜRK KÖKENLİ GİRİŞİMLER

1. Araştırmanın Yöntemi.....	45
1.1. Araştırmanın Amacı ve Araştırma Soruları.....	45
1.2. Araştırmanın Evreni ve Veri Toplama Aracı.....	46
2. Araştırma Bulguları.....	48
2.1. Demografik Özellikler ve İşletme Bilgileri.....	49
2.2. Girişimciliği Teşvik Eden Faktörler.....	52
2.3. Girişimciliği Teşvik Eden Faktörlerin Etki Düzeyi.....	62
3. Bulguların Genel Değerlendirmesi.....	68

SONUÇ.....71

KAYNAKÇA.....73

EK: AVRUPA’DA TÜRK GİRİŞİMCİ ÖRGÜTLERİ.....77

TEŞEKKÜR

Avrupa'ya giden Türk işçileri sadece birkaç yıl kalacaklardı orada. Köylerinde bir tarla, belki şehirde bir ev alacak veya çocuklarını okutacak parayı biriktirecek, döneceklerdi 'Göçmenler'. Pek çokları, Sirkeci Gar'ından yolculuğa başlarken en geç iki yıl içinde geri dönmeyi düşünüyordu.

Ancak öyle olmadı. Max Frisch'in sözleriyle bir zamanlar 'işçi çağırın' ülkelerin hükümetlerine uymadı bu 'insanların' bırakıp gitmeleri, memleketlerine dönmeleri. Çoğu da kaldı zaten. Bugün Avrupa'da yaşayan Türk nüfusun sayısı üç milyonu geçiyor. Bu nüfusun yaklaşık bir milyonu da Almanya'da, Belçika'da, Hollanda'da ve daha birçok Avrupa ülkesinde oranın vatandaşı oldu. Türk kökenli göçmenler 'yabancı işçiyken', komşu oldular, arkadaş oldular, müşteri oldular; öğretmen, doktor, marangoz oldular; yönetici oldular, bürokrat, politikacı oldular; yazarları, çizerleri, yönetmenleri oldu, kimileri de 'patron' oldu.

Bu araştırmanın konusu, sayıları 70.000'e varan Almanya'daki Türk kökenli girişimciler. Onlar sadece Alman ekonomisinin değil, Türkiye'de faaliyet gösteren yaklaşık 2.500 Alman kökenli işletmelerle birlikte Türk ekonomisinin de önemli bir parçası durumuna geldiler. Onlar üzerine yazılanlar "işçilikten patronluğa..." diye başlar çoğu kez. Bu araştırma, farklı bir boyut getiriyor tartışmalara ve bir grup Türk göçmeninin ekonomik faaliyetlerine 'etnik girişimcilik' açısından yaklaşıyor. Bu çalışma aynı zamanda önemli yatırım hacmine ulaşan göçmen girişimcilerin, küresel veya bölgesel gelişmelerle ne kadar da kaynaşık, iç içe olduğunu gösteriyor. Bu da, bir zamanlar yabancı işçi kabul eden ülke hükümetlerinin yabancılara yönelik politikalarında daha duyarlı olmalarını gerektiriyor.

Katılım müzakerelerinin başlamasıyla yeni bir döneme giren Türkiye'nin Avrupa Birliği ile ilişkileri, şüphesiz Almanya ile ilişkilere de yeni bir boyut kazandırdı. Özellikle işbirliğinin, ortaklıkların büyük önem taşıdığı Türk-Alman ilişkilerinin bu yeni döneminde AKVAM bu yayın ile, Almanya'daki Türk kökenli girişimcileri farklı bir bakışla Türkiye'deki bilimsel tartışmalara kazandırmayı hedeflemektedir. Yaklaşık yarım asırlık göç tarihine rağmen Türkiye ile ilişkilerini korumuş, buradaki siyasi, sosyal ve ekonomik olgulara özel bir yakınlığı olan ve bir o kadar da içinde yaşadıkları toplumlarda yer edinmiş Türk kökenli girişimcilerin, AB üyeliğine aday Türkiye'nin Avrupa'da 'yaşayan sermayesini' de oluşturdukları muhakkaktır.

Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü Yüksek Lisans Programı'nda tamamladığı araştırma sonuçlarına dayanarak AKVAM için yazan Hüseyin BOZ'a bu güzel işbirliği için teşekkür ediyorum. Onu destekleyen ve teşvik eden Bölüm Başkanı ve Tez Danışmanı Prof. Dr. Ferda ERDEM'e, araştırma sonuçlarının AKVAM'ın yayınları arasına girmesinde verdiği katkılar için teşekkür ediyorum. Bu çalışmanın yayınlanması aynı zamanda Akdeniz Üniversitesi'nin, bünyesinde oluşturduğu Antalya Teknokent A.Ş. yardımıyla yurtiçi ve yurtdışındaki iş dünyası ile bilim insanlarını buluşturmaya yönelik çabalarına da katkı vermeyi hedeflemektedir. Çalışmayı yayına hazırlamada emeği geçen Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü öğrencisi ve Kamu Yönetimi Bölümü Araştırma Görevlisi Ali ERDEM'e, özellikle derlediği ek bilgilerle yeni araştırmalara temel oluşturan katkıları için teşekkür ediyorum.

Yrd. Doç. Dr. Erol ESEN
AKVAM Müdürü

ÖNSÖZ

Girişimciler, iktisadi sistemin en önemli aktörlerinden biridir. Çünkü sadece mal ve hizmet üreterek değil; çoğu zaman son derece belirsiz koşullarda risk alarak fırsatları değerlendirir ve getirdikleri yeniliklerle piyasa dinamizmini güçlendirirler. Girişimcilerin bu işlevi, özellikle günümüz koşullarıyla çok güçlü bir biçimde örtüşmektedir. Küresel koşullar bugün, piyasadaki fırsat ve tehdit unsurlarını sürekli değiştirmekte ve bireysel ya da kurumsal anlamda hızlı davrananlar daha avantajlı bir konuma ulaşmaktadır. Özellikle yenilikçi davranış, rekabetin en önemli kozu durumuna gelmiştir. Bu koşullar altında girişimcilik olgusu, her zamankinden çok daha fazla önem kazanmış ve zengin bir içeriğe ulaşmıştır.

Girişimciliğin son dönemde hızlı gelişen farklı boyutları olduğu görülmektedir. Etnik girişimcilik olgusu bu boyutlardan biridir. Ev sahibi bir ülkede yabancı kökenli vatandaşların girişimcilik faaliyetini seçmesi girişimcinin bireysel motivasyonu, etnik koşulları ve ev sahibi ülkenin sunduğu olanakların etkileşimine bağlı olarak gelişmektedir. Bu tür bir girişimliliğin yaygınlaşması gerek girişimcilerin etnik gruplarına, gerekse ev sahibi ülkenin ekonomik ve sosyal koşullarına önemli katkılar sağlamaktadır.

Bu çalışma, yeni bir araştırma alanı olarak etnik girişimcilik konusunda danışmanlığımı yaptığım bir yüksek lisans tezini baz almaktadır ve konuya yönelik ilk çalışmalardan biri olması açısından önemlidir. Özellikle araştırma kısmında etnik girişimciliğin güçlü örneklerinden biri olan Almanya’da yaşayan Türk kökenli girişimcilerin incelenmesi, konunun gerek ekonomik gerekse sosyal boyutların anlaşılmasına katkı sağlamıştır. Farklı ülkelerde yaşayan vatandaşlarımızın girişimcilik uygulamalarına yönelik araştırmaların sayısının artması, kuşkusuz olgunun hem genel parametrelerinin anlaşılmasına hem de Türk kökenli girişimcilere özel önemli bazı sonuçların çıkarılmasına olanak verecektir.

Yazar Hüseyin Boz’u çalışmasından dolayı kutluyor; özellikle Almanya’da zor koşullarda gerçekleştirdiği araştırması için sergilediği çabaların genç araştırmacılara örnek olacağını düşünüyorum. Ayrıca Avrupa Birliği Araştırma ve Uygulama Merkezi’ne (AKVAM) genç araştırmacılara verdiği destek nedeniyle teşekkür ediyorum.

Prof. Dr. Ferda ERDEM
Akdeniz Üniversitesi İİBF İşletme Bölümü

ÖZET

Yabancı bir ülkede yerleşik, farklı etnik kökene sahip kişi ve grupların kendi işini kurma ve sürdürme çabaları sonucunda etnik girişimcilik uygulamalarında önemli bir artış gözlenmektedir. Gerek girişimcilerin bireysel ve etnik koşullarından, gerekse ev sahibi ülkenin koşullarından yoğun bir biçimde etkilenen bu tür girişimciliğin yaygınlaşması, etnik grupların ve ev sahibi ülkenin ekonomik ve sosyal dinamizmine katkıda bulunmaktadır.

Günümüzde Avrupa'nın değişik ülkelerinde yaşayan Türk kökenli vatandaşlar, etnik girişimciliğin en cazip örneklerinden birini oluşturmaktadır. Özellikle Almanya'da üçüncü kuşağa uzanan Türkler arasında girişimcilik giderek yaygınlaşmakta ve bir kariyer yolu olarak benimsenmektedir. Almanya'nın Frankfurt (Main) Şehri'nde faaliyet gösteren 65 Türk kökenli girişimcinin katıldığı bu araştırmanın bulgularına göre girişimcileri iş kurmaya iten nedenler sırasıyla bireysel motivasyon, etnik nedenler ve üçüncü olarak Almanya'daki koşullardır. Bu sonuç, etnik girişimcilik olgusunu farklı koşulların etkileşimine dayandıran modeli destekler niteliktedir.

ABSTRACT

Significant increase in ethnic entrepreneurship practices can be observed due to the efforts of people and groups from different ethnic origins to establish and continue their own jobs in a foreign country. The growth of such kind of entrepreneurship, which is intensively affected whether by entrepreneur's individual and ethnic conditions or different condition of homeowner country, is contributed to ethnic groups' and homeowner country's economical and social dynamism.

Today, citizens from Turkish origin who are living in different European countries are forming the most attractive example of the ethnic entrepreneurship. Especially in Germany entrepreneurship is becoming widespread and is accepted as a career way among the third generation of Turks. According to findings of this research, which involved 65 entrepreneurs from Turkish origin who are active in Germany's Frankfurt (Main) city, the causes that make entrepreneurs to establish their own jobs are individual motivation, ethnic causes, and different conditions in Germany. This outcome supports the model which leans entrepreneurship fact on interactions of different circumstances.

GİRİŞ

Etnik girişimcilik/göçmen girişimciliği (ethnic/immigrant entrepreneurship) kısaca göçmenlerin göç etmiş olduğu ülkelerde kurmuş olduğu girişimleri ifade etmektedir. Özellikle yüksek oranlarda göçün yaşandığı Amerika Birleşik Devletleri, Almanya, Kanada ve İngiltere gibi ülkelerde son yıllarda etnik girişimlerin sayısı büyük artış kaydetmiştir. Bunun doğal bir sonucu olarak bu ülkelerde ve göç alan diğer pek çok ülkedeki farklı etnik kökene mensup göçmenler ve kurmuş oldukları işletmeler önemli bir araştırma alanı olmaya doğru ilerlemektedir.

Almanya etnik girişimcilik faaliyetlerinin büyük boyutlara ulaştığı ülkelerden birisidir. II. Dünya Savaşı sonrasında yeniden yapılanma mücadelesine girişen Federal Almanya Devleti, bu dönemde çeşitli iş alanlarında bulunan işgücü yetersizliğini gidermek amacıyla içerisinde Türkiye'nin de yer aldığı bir kısım ülkeler ile Almanya'ya misafir işçi alımında bulunmak üzere işgücü alımı anlaşmaları yapmıştır. İlk anlaşma İtalya ile 1955 yılında imzalanırken (Kohlmeier ve Schimany; 2005:13), Almanya ile Türkiye arasındaki misafir işçiliğe dönük anlaşma 30 Ekim 1961 yılında imzalanmıştır (Şen, 2001: 1). Başlangıçta, bütün diğer göçmen gruplarında olduğu gibi Türk göçmenlerindeki esas amaç, belirli süre Almanya'da çalışıp edindikleri birikim ile ülkeye dönmektir. Hatta bu durum Alman ve Türk taraflarınca da kısa süreli bir çalışma dönemi olarak planlanmıştır. Ancak, işçi olarak Almanya'ya göç eden Türkler, Türkiye'ye geri dönüşü

sürekli erteleyerek, üstelik 1970'lerin ortasından itibaren de daha yoğun biçimde Türkiye'deki ailelerini de yanlarına alarak Almanya'da kalıcı hale gelmeye başladılar.

Almanya'da kalma eğilimi artan ve buraya yerleşen Türkler arasında girişimcilik faaliyetlerinde özellikle 1980'li yıllardan itibaren büyük artışlar kaydedilmiştir. O tarihe kadar, Almanya'ya göç hareketiyle öncelikle gelen ve birinci kuşak olarak adlandırılan Türkler arasında girişimcilik faaliyetleri çok yoğun olmamıştır. Bu dönemdeki Türk kökenli girişimleri daha çok Türk kökenli işçilere memleket ürünlerini sunmaya çalışan ve müşterilerini de neredeyse sadece Türklerin oluşturduğu küçük çaplı bakkal, fırın gibi girişimler oluşturmuştur. Zamanla Almanya'ya yerleşme kararlarının alınması ve Türkiye'ye geri dönüşün düşünülmemeye başlanması sonucunda, eldeki birikimlerin Almanya'da değerlendirilmeye başlanması ve ikinci ve üçüncü kuşak Türklerin eğitim olarak da kendilerini geliştirmesiyle 1980'den itibaren Türk kökenli girişimlerin sayısı çeşitlenerek büyük artış göstermiştir.

Yazarın "Etnik Girişimcilik: Almanya'da Faaliyet Gösteren Türk Kökenli Girişimciler Üzerine Bir Araştırma" isimli yüksek lisans tezine dayalı olarak gerçekleştirilen bu çalışma, yabancı bir ülkede faaliyet gösteren Türk kökenli girişimlerin (etnik girişimlerin) kendilerini girişimciliğe iten ve teşvik eden temel nedenleri irdelemeyi amaçlamaktadır.

Çalışmanın ilk bölümünde genel olarak girişimcilik kavramı ve önemi üzerinde durulurken, çalışmanın ikinci bölümünde etnik girişimcilik olgusunun daha iyi anlaşılabilmesi için etnik girişimciliğe ilişkin literatür genel hatlarıyla ele alınmıştır. Çalışmanın üçüncü bölümünde; Almanya'ya Türk göçünden kısaca bahsedilmiş, Almanya'da etnik girişimcilik faaliyetleri ele alınmış ve sayısal birtakım verilerin yardımıyla günümüzde Almanya'daki Türk girişimciliğinin boyutları ortaya konmaya çalışılmıştır. Çalışmanın dördüncü ve son bölümünde ise, Almanya'nın Frankfurt (Main) Şehri'nde faaliyet gösteren Türk kökenli girişimlere yönelik gerçekleştirilen bir araştırmanın sonuç ve değerlendirmelerine yer verilmiştir. Yabancı bir ülkede faaliyet gösteren Türk kökenli girişimcilerin, kendilerini girişimciliğe iten ve teşvik eden temel nedenleri irdelemek amacıyla, Almanya'nın Frankfurt (Main) Şehri'nde bulunan 570 Türk kökenli işletmenin 65'ine etnik girişimciliğe dönük geliştirilen anket yüz yüze uygulanmıştır. Araştırmada elde edilen veriler analize tabi tutulmuş ve elde edilen bulgular irdelenmiştir.

I. GİRİŞİMCİLİK VE GİRİŞİMCİLİĞİN ÖNEMİ

Bu bölümde öncelikle girişimcilik ve girişimci kavramlarından bahsedilecek ve girişimcilerin sahip olması beklenen nitelikler ele alınacak, sonrasında ise girişimcilik faaliyetlerinin önemi üzerinde kısaca durulacaktır.

1. Girişimcilik ve Girişimci Kavramları

Girişimcilik kavramını net bir tanımın sınırları içine yerleştirmek oldukça zordur. İlk kez ortaçağda kullanılan bu kelimenin "entreprenere" kökünden geldiği yani "iş yapan" anlamına geldiği görülür. Bu tanım zaman içinde değişmiş, gelişmiş ve özellikle 20. yüzyılda bu kavram daha çok risk alma, yenilikleri yakalama, fırsatları değerlendirme ve tüm bunların hayata geçirilme süreci olarak anlamlandırılmaya başlamıştır. Bu tanımdan da açıkça anlaşıldığı üzere, girişimcilik sadece kişinin kendi işini kurması değil, mevcut işinde değişikliklere gitmesi veya yeni bir sektöre açılması olabilir. Girişimciler ise bu tanım doğrultusunda yenilik yapan, risk almaktan korkmayan, hızlı karar verebilen ve en önemlisi de yapacağı iş için kararlı ve azimli bir tutum sahibi olabilen kimseler olmalıdırlar (<http://www.insankaynaklari.com/ikdotnet/icerikdetay.aspx?K ayitNo=2867>) .

Girişimciyi, “ üretim faktörlerini bir araya getirerek, iktisadi mal ve hizmet üretimi için gerekli girişimi başlatan;

ayrıca üretim için gerekli finansman kaynaklarını ve üretimin değerlendirileceği pazarları bulan kişidir” biçiminde tanımlayan Müftüoğlu’na göre (2004:11) bir kimsenin girişimci olabilmesi için sahip olması gereken nitelikler: Girişken olma, güçlü ikna yeteneğine sahip olma, üstüne risk alabilme, esnek hareket edebilme, yaratıcı olma, bağımsız çalışabilme, sorunları ivedilikle çözebilme, başarıya gereksinimi duyma, hayal gücü zengin olma, başkalarının kaderlerini yönetebileceğine dair güçlü bir inanca sahip olma, liderlik yeteneğine sahip olma ve çok çalışkan olma şeklindedir (s:19-20).

2. Girişimciliğin Önemi

Günümüz dünyasında birçok bilim alanının çalışma konusunu oluşturan girişimcilikle ilgili bilinen ilk çalışmalar ekonomi alanında yapılmıştır. Fransız iktisatçı J.B. Say’dan başlayarak girişimcilik klasik üretim faktörleri arasında sayılan emek, sermaye ve doğa faktörlerinin yanına dördüncü bir üretim faktörü olarak ilave edilmiştir.

Girişimcilik konusu J. Von Schumpeter’in dinamik girişimcilik kavramını ortaya atmasıyla daha büyük bir önem taşır duruma gelmiştir. Öyle ki, yeni tedarik kaynakları, yeni ürün ve süreçler, yeni satış pazarlarının ve yeni örgütlenme şekillerinin ortaya çıkmasıyla eskiyi yeni ile ikame etmeyi başaran dinamik girişimciler ekonomik büyümenin en önemli öncüsü durumuna eriştiler (Müftüoğlu, 2004: 2).

TÜSİAD'ın "Türkiye'de Girişimcilik" isimli çalışması (2003: 2) girişimciliğin önemini şu maddeler altında toplamıştır:

- İşsizlik sorununa önemli bir çözüm olanağı sunduğu gibi ayrıca ekonomik büyümenin dinamosudur.
- Girişimci, ekonomik kaynakların düşük üretkenlik alanlarından, yüksek üretkenlikli alanlara aktarılma sürecinde baş aktördür, çünkü üretim kaynaklarını yeni bir biçimde birleştirerek kullanılmayan üretim faktörlerinin kullanılmasını sağlar, ama daha önemlisi kullanılmakta olan üretim araçlarının ve mevcut girdilerinin değişik şekillerde kullanımı ile üretimi artırır.
- Girişimci yeni düşüncelerin yaratılması, yayılması ve uygulanmasını hızlandırır, ayrıca yeni endüstrilerin doğmasına olanak tanır, teknolojileri kullanan sektörlerde verimliliği artırır ve hızla büyüyen sektörler yarattığı için ekonomik büyümeyi hızlandırır.

Girişimcilik faaliyetleri yalnızca ekonomiye yeni bir dinamizm kazandıran etkinlik olarak kalmamakta bunun yanında bir ülkenin ekonomik olarak ilerlemesi ve ekonomik zenginlik sağlaması için de büyük önem taşımaktadır. Kendi işinin sahibi olmak kişinin kendi işsizliğine karşı bir çözüm oluştururken, aynı zamanda yarattığı iş sayesinde kendi dışındaki diğer bireyler için de istihdam olanağı tanımaktadır. Özellikle küçük girişimciler işlerinde köklü yeniliklerin gerçekleşmesine olanak tanımakta ve bu doğrultuda çoğunlukla çalışanlarının yenilikçi fikirlerinden yararlanmaktadırlar (Constant vd, 2005: 2).

II. ETNİK GİRİŞİMCİLİK VE ETNİK GİRİŞİMCİLİK KAVRAMINA İLİŞKİN GELİŞTİRİLEN FARKLI YAKLAŞIMLAR

Uzunca bir süre ileri ekonomilerdeki iş hayatında faaliyet gösteren göçmenler ucuz işgücü kapsamında vasıfsız işçiler olarak adlandırılmış ve çalışmışlardır. Zamanla göçmenlerin buldukları ülkenin koşullarına ayak uydurmaya başlamaları ve birtakım çevresel faktörlerin de etkisiyle, kendi işlerinin sahibi olmaya yöneldikleri gözlenmiştir. Giderek batı dünyasında ve diğer ileri ekonomiler içerisinde göçmenler sahibi oldukları girişimlerle kendilerinden daha çok söz ettirir hale gelmeye başlamışlardır (Rath, 2006).

1. Etnik Girişimcilik Kavramı ve Etnik Girişimcilik ile İlişkili Temel Kavramlar

Girişimcilik literatüründe etnik girişimcilik ve etnik girişimciden söz edilirken farklı kavramlar ve tanımlamalara yer verildiği göze çarpmaktadır. Butler ve Greene'e göre etnik girişimciler, “ ev sahibi ülkeye varduktan sonra, o ülkedeki resmi göçmenler ve göçmen olmayıp da ortak bir kökene sahip olduğu kimselerle kişisel bağlantılarını kullanarak kendi işini kuran kişilerdir.” (Baycan-Levent vd., 2006:10).

Etnik girişim ise “sahipliğinin en azından %51'lik kısmı bir etnik azınlık veya göçmen arka planına sahip kimseye ait olan işi” ifade etmektedir (Cormack ve Niessen, 2002: 12).

2. Etnik Girişimciliğe Farklı Yaklaşımlar

İleri ekonomilerdeki önemi gittikçe artmaya başlayan etnik girişimcilik ile ilgili olarak farklı yaklaşımlar ortaya atılmıştır. Konuya ilişkin çalışmalarda temel olarak belirli grupların girişimciliğe olan eğilimleri ve başarı koşulları incelenmiştir (Rath, 2006: 3-4).

Etnik girişimcilik konusunda geliştirilen farklı yaklaşımlar şu başlıklar altında incelenebilir:

- Arz Yönlü Yaklaşım
- Talep Yönlü Yaklaşım
- Etkileşim Modeli
- Karma Yerleşiklik Yaklaşımı

2.1. Arz Yönlü Yaklaşım

Light ve Bonacich'in benimsediği arz yönlü yaklaşım (supply-side approach), etnik girişimciliği sınıf kaynakları ve etnik kaynaklar ile açıklamaktadır (Valdez, 2002: 4).

Arz yönlü yaklaşım kapsamında değerlendirilen sınıf kaynakları ve etnik kaynaklar; para ve mal gibi sınıf arka planı ile ilişkili somut maddi malları, eğitim ve iş tecrübesi gibi bireysel düzeyde insan sermayesi kazanımlarını ve sosyal yapı içerisindeki faaliyetleri kolaylaştıran ve sosyal yapının bazı boyutlarını içeren grup birleşiminden ortaya çıkan soyut sosyal sermayeyi bir araya

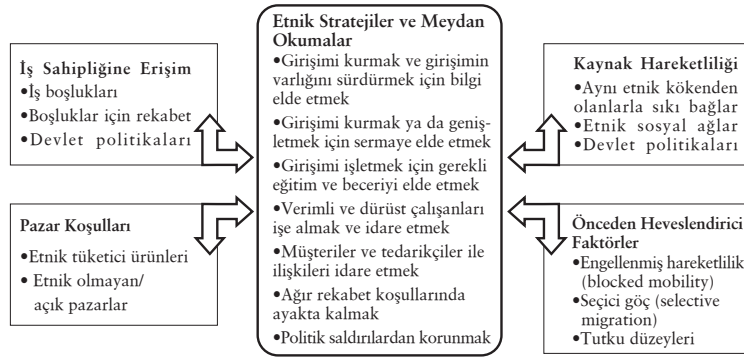
getirir (Valdez, 2002:4). Sosyal sermaye grubun içindeki dayanışmayı, güveni ve üyelerinin birbirine olan karşılıklı yükümlülüklerini kapsamaktadır (Valdez, 2002: 4; Portes ve Sensenbrenner, 1993). Dolayısıyla belirli bir etnik grubun üyeliği girişimciliği kolaylaştırır; önemli kaynak ve fırsatlar sunarak sosyal sermaye katkısı sağlar (Valdez, 2002: 4; Portes ve Sensenbrenner, 1993; Sanders ve Nee, 1996; Zhou ve Logan, 1989). Bazı göçmen grupları; sınıf kaynakları ve etnik kaynakların biçimleri içerisinde birtakım kültürel avantajlar geliştirebilirler. Bu durum, küçük işletmelerin başarıyla kurulmasına olanak sağlar ve söz konusu göçmen grupları diğer gruplara nazaran daha yüksek bir girişimcilik düzeyine erişirebilir (Hall, 1999: 22; Razin ve Langlois, 1996).

2.2. Talep Yönlü Yaklaşım

Hall'ın (1999) eserinde değinildiği biçimde talep yönlü yaklaşımı (bu yaklaşıma yapısal yönlü yaklaşım da denmektedir/demand-side approach) savunanların iddiası, sınıf kaynakları ve etnik kaynakların küçük işyeri birimlerinin kurulması için avantajlar sağlamakla birlikte, bu kaynakların göçmenlere ait girişimlerin başarı sağlamasında yetersiz kalacağı yönündedir. Misafir olarak bulunulan ülkedeki (ev sahibi ülkedeki) sosyal, ekonomik ve politik faktörlerin de işyeri kurmada etnik girişimcilere fırsatlar sağlayabileceği dile getirilmektedir (Hall, 1999: 26)

2.3. Etkileşim Modeli

Hem arz hem de talep yönünü kapsayan ve arz ve talep yönünün birlikte ve etkileşim halinde etnik girişimciliği etkilediğini savunan bu yeni model, etkileşim modeli (interaction model) olarak adlandırılmaktadır. Waldinger vd tarafından ortaya konan ve girişimciliği etkileyen birçok değişkeni kapsamaması nedeniyle daha açıklayıcı görünen bu modele göre etnik girişim stratejileri, grup karakteristikleri ve fırsat yapılarına göre şekillenecektir (Bu kısım ile ilgili bakınız: Valdez, 2002: 5). Modele göre fırsat yapılarının oluşumunda iş sahipliğine erişim ve mevcut çevredeki pazar koşulları öne çıkarken, etnik grup karakteristikleri bağlamında ise kaynakların hareketliliği ve etnik kökene mensup bireyleri girişimciliğe önceden heveslendirici faktörler ele alınmaktadır (şekil 2.1).



Şekil 2.1. Etkileşim Modeli: Kaynak: Waldinger vd, Ethnic Entrepreneurs: Immigrant Business in Industrial Societies, 1990 (Aktaran: Research Perspectives on Migration, (1997), Immigrant Entrepreneurs, ed. David Aranson Vol. 1, No. 2, s. 5)

2.4. Karma Yerleşiklik Yaklaşımı

Karma Yerleşiklik Yaklaşımı (Mixed-Embeddedness Approach), Etkileşim Modeli'nden daha ileri gidilebileceğini ve etnik girişimciliği açıklama noktasında bu yaklaşımın daha iyi bir çatı sağlayabileceğini savunur. Bu yaklaşım etnik girişimler ile ev sahibi ülkedeki kurumsal, siyasi ve sosyo-ekonomik arka plan arasındaki karşılıklı etkileşimi hesaba katmaktadır (Kloosterman ve Rath, 2001).

Kloosterman vd, etnik girişimcilikte fırsat yapılarını daha sistematik ve teorik temelli yöntemler içinde uluslararası karşılaştırmalara olanak verecek biçimde genişletmiş ve karma yerleşiklik yaklaşımını geliştirmişlerdir. Bu yaklaşım etnik girişimcilerin sosyo-ekonomik pozisyonunu, sadece göçmenlerin sosyal ağlar içindeki somut yerleşikliklerini hesaba katarak değil, aynı zamanda yerleşilen ev sahibi ülkenin sosyo-ekonomik ve politik-kurumsal çevresi içinde daha genel bir yerleşikliği hesaba katarak değerlendirmektedir. Bu yaklaşım ayrıca girişimcilerin yeni iş kurmak, ya da mevcut işi daha iyi hale getirmek ya da büyütme konusundaki olasılıklar üzerine odaklanmıştır (Kloosterman ve Rath, 2001).

3. Etnik Girişimcilik Sürecinin Gelişim Aşamaları

Waldinger vd tarafından geliştirilen “göçmenler için büyüme stratejileri”, etnik girişimcilikte gelişim aşamalarını açık-

lamak için bir referans olarak kabul edilebilir (Strüder, 2003: 7).
Bu stratejiler dört aşamada gelişmektedir:

İlk aşama pazara ilk girişi tanımlar. Bu aşamada etnik girişimcilerin etnik yoğunlaşmaları yüksek düzeydedir ve ekonomik uzmanlaşma düşük düzeydedir.

İkinci aşama, etnik niş gelişimine temas eder. Bir ya da birkaç iş dalını kapsayan işletmeleri tanımlayan etnik niş ilk olarak Wilson ve Portes (1980) tarafından ortaya atılmıştır. Bu anlayış, etnik girişimciliğin başarısını, etnik girişimlerin ana pazardan ayrı tutulmasına ve sadece etnik nişlere yönelmesine bağlamıştır. Bu ayrı tutulma etnik girişimlerin yerel işletmelerin rekabetinden korunmasını sağlayacaktır (Strüder, 2003: 8).

Stratejinin üçüncü aşaması “aracı” pazarlarında etnik nişleri içine alır. Bu pazarlarda, etnik ürünler büyük bir topluluğa ulaştırılarak satılır. Pazarlar daha da büyümüştür ve artık sadece etnik girişimin kurulu bulunduğu bölge ile sınırlı değildir. Waldinger vd bu iş davranışını “yenilikçi pazar ve dağıtım stratejisi” olarak ifade etmişlerdir (Strüder, 2003: 9).

Dördüncü ve son aşama ise, ekonomik özümseme aşamasıdır. Bu özümseme daha büyük kitleye ulaşmak için tamamıyla bir uyumu zorunlu kılar ve bu durum literatürde çemberi yarma (break-out) olarak ifade edilir. Çemberi yarma

“aynı etnik kökene mensup olunmayan müşterileri hedefleme” olarak tanımlanabilir (Strüder, 2003: 9). Ürünler üretim süreçleri içerisinde değişir ve etnik girişimciler sahip oldukları etnik kimliklerinden sıyrılarak genele yayılımcı girişimciler haline gelirler. Bu aşama, etnik girişimcilerin misafir olunan ülkede tam bir ekonomik bütünleşme sağlamalarını kolaylaştırır (Strüder, 2003: 7-9).

4. Etnik Girişimciliğin Farklı Kesimler İçin Sağladığı Yararlar

Etnik girişimcilik, gerek etnik girişimci için gerekse diğer bazı kesimler için çok çeşitli yararlar sağlamaktadır. Kohlmeier ve Schimany'e (2005: 25) göre bu yararlardan başlıcalarını şu şekilde açıklamak mümkündür:

Öncelikle, kendi işlerini kurmuş olmalarıyla etnik girişimciler kendilerine istihdam sağlamış olurlar. Göç edilen ülkede karşılaşılan iş için uygun ve yeterli niteliklere sahip olunmaması, ülkenin diline hâkim olmakta söz konusu olan eksiklikler, yerel işverenlerin işe alımda uyguladıkları ayrımcılıklar gibi engellerin söz konusu olduğu koşullarda etnik girişimciliğin işsizliğe karşı geliştirdiği çözüm yadsınamaz.

İkinci olarak, kurulan bir etnik girişim şayet başarılı olur ve ayakta kalırsa kendisiyle aynı etnik kökenine mensup kimselere, diğer etnik kökene mensup kimselere ve yerel toplumun mensuplarına da iş olanakları sağlayabilecektir.

Üçüncü ve son olarak, etnik girişimler çoklukla yerel girişimlerle çok fazla benzerlik göstermeyen ürün ve hizmetleri sağlarlar. Etnik girişimler ürün ve hizmetlerin kapsamını genişletebilir, böylelikle tüketicilere sunulan seçenekler de genişletilmiş olur.

III. ETNİK GİRİŞİMCİLİK VE ALMANYA'DA FAALİYET GÖSTEREN TÜRK KÖKENLİ ETNİK GİRİŞİMLER

Etnik girişimcilik konusunu Almanya'da faaliyet gösteren Türk kökenli girişimler özelinde ele aldığımız bu bölümde, sırasıyla farklı boyutlarıyla Almanya'da etnik girişimciliğe bakıştan, misafir işçilikten girişimciliğe uzanan süreçte Almanya'ya Türk göçünün kısa tarihçesinden, Almanya'daki Türk girişimciliğinin gelişim sürecinden ve birtakım sayısal veriler ışığında günümüzde Almanya'daki Türk kökenli girişimlerin geldiği noktadan söz edilecektir.

1. Almanya'da Etnik Girişimciliğe Bakış

İkinci Dünya Savaşı sonrası yoğun göç alan Almanya'da zamanla yerleşik hale gelmeye başlayan göçmenler, işgücü piyasasının doymaya başlamasının ve daha farklı faktörlerin de devreye girmesinin sonucu olarak kendi işlerini kurmaya (etnik girişimler meydana getirmeye) yönelmişlerdir. Çalışmanın bu aşamasında Almanya'da göçmenleri kendi işini kurmaya motive eden durumlardan, Alman Devleti'nin yabancı kökenli girişimcilere dönük izlediği politikalarından ve Almanya'da etnik kaynakların etnik girişimcilik üzerindeki etkisinden sırasıyla bahsedilecektir

1.1. Almanya’da Kendi İşini Kurmada Motivasyon

1970’lerdeki misafir işçi aile birleşmeleri ve 1980’lerde gerçekleşen politik sığınmalar sonrası, Almanya üretim endüstrisindeki işgücü gereksinimleri büyük ölçüde azalmıştır. Bunun etkisiyle Almanya’daki göçmenler girişimcilik faaliyetlerine yönelip kendi işlerini kurmayı tercih etmeye başlamışlardır. Kontos’un (2003) ifadesiyle, göçmenler ilk zamanlarda olduğu gibi bağımlı olarak çalışmak amacıyla hareket etmemekte, girişimciliğe yönelmek durumuyla karşı karşıya kalmaktadır. Almanya’daki özellikle son yıllardaki girişimcilik faaliyetlerini iki temel faktörün çok etkilemekte olduğu söylenebilir. Bunlar, iş yokluğu ve yüksek işsizlik oranıdır (Kim, 2006: 9-10).

Tablo 3.1’de 1985 ile 2000 yılları arasında Almanya’daki göçmenlerin ve göçmen olmayanların girişimcilik oranlarının beşer yıllık aralarla değerlendirilmesine yer verilmiştir. Tablodan kolaylıkla anlaşılacağı üzere, bu süreçte göçmen olmayanlar arasında girişimcilik oranı çok fazla artış kaydetmemiştir. Öte yandan, göçmenler arasında 1985 yılında % 5,77 olan girişimcilik oranı, 2000 yılına gelindiğinde % 8,81 seviyesine erişmiştir. Yıllar ilerledikçe göçmenler ile göçmen olmayanların girişimcilik oranları arasındaki farkın kapanış gösterdiğini tabloya bakarak rahatlıkla ifade edebilmekteyiz. Bu oran erkek göçmen girişimciler ile göçmen olmayanlar arasında başa baş konumdadır. Almanya’daki kadın etnik girişimciliği oranı ise, erkek etnik girişimciliğine oranla düşük olmakla birlikte çok hızlı artışlar göstermektedir. 1985 yılında sadece % 2,72 düzeyinde olan

kadınlar arası etnik girişimcilik, her beşer yıllık dönemlerde artışlar kaydederek, 2000 yılı itibariyle % 6,39 seviyesine ulaşmıştır.

Tablo 3.1. Almanya’da Göçmen Olmayanlar ve Göçmenler Arasında Girişimcilik Oranları

Yıllar	Almanya’da göçmen olmayanlar arasında girişimcilik	Almanya’daki göçmenler arasında girişimcilik		
		Genel % oranı	Erkek göçmenler arasında % oranı	Bayan göçmenler arasında % oranı
1985	9,53	9,53	9,53	9,53
1990	9,16	9,16	9,16	9,16
1995	9,47	9,47	9,47	9,47
2000	10,19	10,19	10,19	10,19

Kaynak : Leung, 2003 (Aktaran: Kim, 2006, sayfa 9)

1.2. Alman Devleti’nin Yabancı Kökenli Girişimcilere Yönelik İzlediği Politikalar

Almanya’da yabancı girişimciliği konusunda Alman hükümetinin izlemiş olduğu politikalar, Almanya’daki etnik girişimcilik faaliyetlerinin yıllar içerisinde değişimini şekillendirmiştir. Geleneksel olarak önceleri, AB üyesi ülkeler dışındaki ülkelere gelen göçmenler kendi işini kurmak istediklerinde, belirli bir süre kalarak oturma hakkı (right-of-abode permit=Aufenthaltsberechtigung) sağlamadıkça kabul görmemekteydiler. Bu da çoklukla ancak 8 yıllık bir ikamet süresinden sonra mümkün olmaktadır. Ama son zamanlarda

Alman hükümeti yabancıların girişimcilik faaliyetlerine katılmaları konusundaki düzenlemelerde esnekliğe gitmiştir. Böylesine bir esnekliğe gitme konusunda, işsizlik oranlarının yüksek düzeylere ulaşması ve yerel ekonomiyi güçlendirme isteği etkili olmuştur (Kim, 2006: 10).

Almanya’da yabancıların girişim sahibi olması konusundaki düzenlemenin düzeyi iş kurmak için başvuranın ulusu, Almanya’da yaşama süresi ve gerçekleştirmeyi düşündüğü işe ait iş planının tipine göre değişmektedir. Kurulması amaçlanan iş şayet yerel ekonomiye katkı sağlamayı vaat ediyorsa, bu işin kurulmasına rahatlıkla olanak sağlanabilecektir. Burada söz konusu olan resmi izin prosedürü oldukça karmaşıktır ve çoğu iş kurmayı hedefleyen kimse için bir engel olarak belirmektedir. Bütün bu karmaşıklığın da etkisiyle yabancı kökenli girişimciler, öncelikli olarak kendisiyle aynı etnik kökenden etnik-özelliikli (ethnic-specific) kaynaklara ve sosyal ağlara yönelmektedirler (Kim, 2006: 10-11).

1.3. Almanya’da Etnik Girişimcilikte Etnik Kaynakların Etkisi

Almanya’da etnik girişimcilik konusundaki düzenlemeler özellikle, kurulacak işin finanse edilmesinin sağlanması konusundaki yeteneklere odaklanır. Geleneksel ödünç verme sistemi çoğu etnik girişimler için kullanışsızdır ve öte yandan etnik girişimcilerin büyük bir çoğunluğu kendi işini kurmak ve sürdürmek konusunda yeterli miktarda paraya sahip değildiler.

Bu noktada etnik girişimciler için fon sağlamanın genel bir yolu aynı etnik kökenden gelenler arasında risk sermayesi (venture capital) oluşturmaktır. Bu amaçla; aile üyeleri, arkadaş çevresi ve tanıdıklardan sağlanan fonlar iş kurma amacına dönük olarak bir araya getirilmektedir (Kim, 2006: 11).

Kim'in eserinde (2006) yer alan bir araştırma sonucu değerlendirmesinde aynı etnik kökenden gelenler arasında kurulan sosyal ağların, devlet tarafından sürdürülen programlardan çok daha etkili olduğunu ortaya koymuştur. Çoğu göçmen kendi işini kurma sürecinde, devletin sağlamış olduğu destek programlarının farkında olmamaktadır. Maria Kontos (2003) ise etnik girişimcilerin devlet programlarında bir kenara bırakıldığını savunmaktadır. Kontos (2003), politika yapıcı ve yöneticilerle yaptığı mülakatlarla, resmi politikalarda finansal sermaye ve insan sermayesi gibi sınıf kaynaklarından yoksun sosyal grupların devlet tarafından desteklenecek hedef gruplar arasında yer almadığını ortaya koymuştur. Göçmen toplulukların daha iyi anlaşılması etnik girişimciler için gerekli devlet programlarının sağlanabilmesi konusunda politika yapıcılara kolaylıklar sağlayacaktır (Kim, 2006: 11-12).

Almanya'da etnik girişimcilik ve önemi üzerinde durduğumuz bu bölümle ilgili olarak özetle şunları söylemek yerinde olacaktır:

Almanya’da etnik girişimcilik; göç, Alman vatandaşı olup olmama ve kendi işinin sahibi olma kavramlarını ve bunların karşılıklı etkileşimini içine alan bir Alman politikasının etkisi altındadır. Yine Almanya’da etnik girişimcilik işsizlikten kurtulmak için bir çözüm yolu olarak görülmekte ve aynı zamanda bıraktığı pozitif etkiler sayesinde de bölgesel ekonomiler için çok önem taşımaktadır. Almanya’daki yabancı haklarını sınırlayan politikaların varlığı ülkedeki etnik girişimcilik kültürünü biçimlendirmektedir. Son yıllarda artan işsizlik ve bölgesel ekonomilerde girişimciliğin öneminin kavranmasıyla göçmenlerin kendi işlerini kurmaları konusunda devlet sınırlamalarının azaltılmış olması, etnik girişimcilikte aşırı artış olarak sonuç vermiştir. Bunun yanında, iş kurma aşamasında devlet desteğinden yoksun olma ve resmi izin süreçlerinin karmaşıklığı etnik girişimcileri kendileri ile aynı etnik kökenden kimse ya da kuruluşlarla bağımlı hale getirmektedir. Bütün sayılan bu unsurlar, etnik girişimcilik biçimini ve uygulamasını derinden etkilemektedir (Kim, 2006: 12).

2. Misafir İşçilikten Girişimciliğe Uzanan Yolda Almanya’ya Türk İşgücü Göçü

II. Dünya Savaşı sonrası Almanya’da hüküm süren işgücü açığını gidermek amacına dönük olarak, Almanya ile Türkiye arasında 30 Ekim 1961 tarihinde misafir işçi alımı anlaşması imzalanmıştır. Sözü edilen dönemde Almanya’da yaklaşık 500.000 işgücü açığı söz konusuydu ve ilk olarak 1961 yılında 7.116 Türk kökenli işçi Almanya’ya göç etmiştir. Almanya 1973 yılı

Kasım ayında ekonomik durgunluk ve petrol krizinin bir sonucu olarak misafir işçi alımını durdurmuştur. Sözü edilen tarihe kadar Almanya'daki Türk işçilerinin sayısı 910.500'e ulaşmıştır. Başlangıçta, gerek Alman, gerek Türk tarafının kısa süreli bir çalışma dönemi olarak planladığı bir süreç, zaman içinde kalıcı bir ikamete dönüşmüştür. Geri dönüş planları sürekli ileri bir döneme ertelenmiş ve sonunda büyük çoğunluk tarafından geri dönüşler tamamen gündemden çıkarılmıştır (Şen, 2001: 1)

1970'li yılların ortasından itibaren yoğunluk kazanan aile birleştirme süreci kısa bir süre çalışma hedefiyle bu ülkeye gelen insanların geçiciliğini kalıcılığa dönüştüren en önemli faktör olmuştur. Almanya'da yerleşikliği belirleyen, her biri ayrı ayrı ve birlikte katkıda bulunan, çocukların eğitimde bulunmaları, Türkiye'de yaşam ve iş kurmak için gereken birikimin sağlanamamış olması, geri dönenlerin Türkiye'de yaşadığı olumsuz deneyimler, Türkiye'ye artan oranda kültürel ve sosyal yabancılaşma vs. gibi bilinen çok sayıdaki faktörün yanı sıra Türkiye'ye mekânsal uzaklığı kısaltan teknolojik ilerleme ve Türklerin sayısal çokluğu gibi faktörler de etkili olmuştur (Şen, 2001: 1-2).

Artık Almanya'da yetişen ikinci ve üçüncü kuşak Türkler yaşamlarının merkezi olarak Almanya'yı seçmişlerdir. Almanya'daki Türklerin yarısından fazlası 20 yılı aşkın bir süredir bu ülkede yaşamaktadır. Tek başına emeklilerin, yani "birinci kuşak" mensuplarının sayıları bile ilginç sinyaller vermektedir.

Bu birinci kuşak göçmenler beklentilerin aksine giderek artan oranlarda ömürlerinin son zamanlarını Almanya'da geçirmekte ve bu ülkeye göç etmiş bir azınlığın kalıcılaşmasına somut bir örnek oluşturmaktadır (Şen, 2001: 2).

Türkiye Araştırmalar Merkezi'nin "Almanya'da Türkler Demografik, Sosyal ve Ekonomik Veriler" isimli kısa raporunda resmi kaynaklara dayanarak verdiği bilgilere göre, 31.12.2000 tarihi itibarıyla Almanya'da toplam 7.296.817 yabancı uyruklu insan yaşamaktadır. 2000 senesi sonuna kadar Alman vatandaşlığına geçmiş olan Türklerin sayısının 470.000 olduğu tahmin edilmektedir. Bunlarla birlikte Almanya'daki Türk göçmenlerin sayısı 2,5 milyona, tüm nüfus içindeki oranları ise % 2,9'a ulaşmıştır. Türkler % 27,4'lük oranları ile tüm yabancılar arasındaki en büyük grubu oluşturmaktadır. Türkleri, eski Yugoslavyalılar ve İtalyanlar takip etmektedir. İlgili tarih itibarıyla, Almanya'da toplam 1.872.655 AB ülkesi vatandaşı yabancı yaşamaktadır. Bu şekilde, Almanya'da yaşayan Türklerin sayısının (2,5 milyon) AB ülkesi vatandaşı yabancıların sayısından daha fazla olduğu ortaya çıkmaktadır (Türkiye Araştırmalar Merkezi Vakfı, 2002: 1-2).

Türk göçmenleri zamanla Almanya'da toplumsal, ekonomik ve siyasi her alanda Almanya'daki iş bölümünün önemli birer bileşeni haline gelmişlerdir. İkinci ve üçüncü kuşakla birlikte eğitim sorunu ortadan kalkmaya başlamış, bir dönem misafir işçi olarak Almanya'ya gelen Türkler artık girişimci

olarak Almanları da istihdam eder duruma gelmişlerdir (Şen, 2001: 2).

3. Almanya’da Türk Girişimciliğinin Gelişimi

Almanya’daki ilk Türk işletmeleri 1960’lı yıllarda Almanya’ya Türk Göçü’nün başlamasıyla kurulmuşlardır. Bu işletmeler öncelikle kendi yurttaşlarının beklentileri yönünde hizmetler üretecek ve tüketim ihtiyaçlarını giderecek piyasa boşluklarına yerleşmişlerdir. Bu dönemde Türk girişimciliği etnik işe (Türk damak tadına uygun ürünler sunan fırınlar, küçük bakkallar, lokantalar... vb) ve buna bağlı olarak Türkiye’den yapılan ithalat gibi etkinliklere dayanıyordu. Bu süreçte Türkiye’de faaliyet gösteren firmaların Avrupa’daki etkinlikleri ile Avrupa’daki diğer ticari faaliyetleri henüz pek önem taşıyordu. Başlangıç döneminin en belirgin örneklerini, büyük çoğunlukla sadık bir Türk müşteri kitlesi tarafından ziyaret edilen bakkal dükkânları ve gastronomi işletmeleri (büfe, lokanta, fırıncı, kebabçı, dönerci vb.) oluşturuyordu. Bu "öncü işletmeler" için pratikte Alman rekabeti de söz konusu değildi (http://www.bteu.de/download/turk_kokenli_girisimciler_tr.pdf web adresinden 26/11/2006 tarihinde erişilen ATİAD-KPMG Araştırma Raporu, sf 10).

Kısa süre içinde Türk dükkânları Alman müşterileri de kazanarak ticaret hacimlerini genişletmeyi başarmış ve buna paralel olarak, Türk toplumunun işyeri kurmaya yönelik eğilimi

artmıştır. Taklitçilik olsa da yeni fikirler de doğmuş ve bu süreçte ortaya seyahat acenteleri, berber salonları, video mağazaları, dedektif büroları çıkmaya başlamıştır. Hâlâ Türk toplumunun hizmet ve tüketim gereksinimlerinin ön planda yer aldığı bu dönemde müşterilerin tek tip etnik görünümü de yavaş yavaş değişmeye yüz tutmuştur. Önceleri işlerini kendi etnik gruplarına uyumlaştırmış olan birçok işletme kendilerini diğer gruplara da açmışlar veya o gruplar tarafından keşfedilmişlerdir. Yavaş yavaş Alman firmalarıyla doğrudan bir rekabet ilişkisi doğmuş ve rekabet baskısı Türk firmalarını mal çeşitlemesine ve yeni pazar kesimlerine girmeye yönlendirmiştir. Gelişmenin bu evresinde Almanya'da yaşayan Türk toplumunun (örneğin işçi şirketleri kurarak) ilk kez Türkiye'de yatırım yaptığı gözlemlenmiştir. Türkiye merkezli firmalar ise daha önceki dönemlerde, yurttaşları için eski vatanlarına uzanan bir köprü oluşturmak amacıyla, Almanya'da çeşitli yatırımlar gerçekleştirmişlerdi (ATIAD-KPMG Araştırma Raporu, sayfa 11).

Türkler; İtalyanlar ve Yunanlılarla karşılaştırıldıklarında, Almanya'da iş kurmaya nispeten geç başlamışlardır. Buna karşılık Almanya'da Türk girişimciliği 1980'li yıllarda çok hızlı bir gelişme kaydetmiştir. Türk toplumunun bakış açısı giderek değişikliğe uğramış; Almanya'da temelli kalmak isteyen Türklerin sayısı hızla artarken, Türkiye'ye dönüş için biriktirilen paralarla serbest çalışma hayatına atılma eğilimi başlamıştır. Yabancıların iş sahibi olmaları yönünde yasalarda sağlanan kolaylıklar, bu gelişmeye daha da ivme kazandırmıştır (ATIAD-KPMG Araştırma Raporu, sayfa 12).

Öte yandan Almanya'daki Türk girişimciliğinin, Türkiye'nin değişen genel ortamından da yararlandığı gözlenmiştir. 1980'li yılların ortasında liberalleşen ve büyüyen Türk Ekonomisi'nin de öncelikle tekstil ve inşaat sanayi bu gelişmenin motorunu oluşturmuş ve bunu turizm sektörü izlemiştir. Bu dönemde Türkiye merkezli Türk firmaları, Almanya'da yan kuruluşlar oluşturarak, temsilcilikler veya şubeler açarak, pazardaki varlıklarını güçlendirmişlerdir. Bu ortamda, Türk yurttaşlarına Almanya'da serbest çalışma yönünde yeni olanaklar ve perspektifler doğmuş, sonuç olarak, Türkiye'nin değişen çerçeve koşulları, sosyo-ekonomik motiflerdeki dönüşüm, iş etkinliklerinin genişlemesi ve Alman pazarındaki Türkiye odaklı firma sayısının artmasıyla doğan olanaklar, Almanya'daki Türk girişimciliğinin gerçek bir patlama yapmasını sağlamıştır; 1982 ile 1993 arasında serbest çalışan Türklerin sayısı üç kat artarken bu gelişme öncelikle Almanya'da yaşayan Türk topluluğu tarafından gerçekleştirilmiş; Türkiye merkezli Türk firmalarının bu gelişmeye katkısı daha az olmuştur (ATIAD-KPMG Araştırma Raporu, sayfa 12).

Almanya'daki Türk girişimciliğinin bugünkü yapısı başlangıç yıllarındaki yapıya oranla çok belirgin farklılıklar göstermektedir. Belirli bir büyüklüğe ulaşmış işletmeler, etnik iş aşamasını çoktan geride bırakmış, uluslararası faaliyet gösteren, çeşitliliğe yönelmiş firmalara dönüşmüşlerdir. Bunlar artık turizm,

tekstil veya hizmet sektörlerinde çalışmakta, Türk toplumuna odaklı iş alanları ise ancak marjinal bir ağırlığa sahip bulunmaktadır. Türk firmalarının çoğunluğunu oluşturan küçük ve orta büyüklükteki işletmeler gerçi hala daha yerel piyasalara hizmet etmekte, ancak eskiyle karşılaştırıldığında mallarını ve hizmetlerini her türlü müşteri grubuna sunmaktadırlar. Günümüzde bazı Türk şirketleri aynı anda hem Türkiye hem de Almanya pazarında faaliyet göstermektedir. Bu şirketler her iki ülkedeki hukuksal ve mali yapılanma seçeneklerinden yararlanmaktadır. Bunların pazarlama ve satın alma politikaları sınırlar ötesi bir niteliğe sahiptir ve böylelikle esnektir. Bu firmaların çekirdek pazarları dışında etkinlik göstermeleri de artık yadırganacak bir durum değildir. Örneğin tekstil sektöründe pazarlama etkinlikleri çoğu kez Almanya'ya komşu olan ülkelere de yayılmıştır (ATIAD-KPMG Araştırma Raporu, sayfa 13).

Türkiye Araştırmalar Merkezi'nin Almanya'nın Kuzey Ren-Vestfalya eyaletinde gerçekleştirdiği “Yabancı Girişimciler İçin Bağlantı Büroları” projesi kapsamında, danışmanlık hizmeti verilen Türk girişimciler arasında 1999 yılında yapılan bir araştırma, bu grubun serbest çalışmayı yalnızca tek bir nedene bağlı olarak seçmediğini ortaya koymaktadır. Başlıca nedenler aşağıda belirtilmiştir:

- yüksek kazanç elde etme (% 68,3)
- bağımsız olma arzusu (% 52,7),
- toplum içindeki sosyal statüsünü değiştirme isteği (% 41,5),

- işsizlik tehlikesi (% 34,2),
- çocukların geleceğini garantiye alma (%23,7),
- işsizlik (% 21,4),
- işyerinde yükselememe (% 17,8),
- tasarrufları iyi değerlendirme (% 8,7) olarak tespit edilmiştir (TAM, 2002).

4. Farklı Boyutları ile Almanya'daki Türk Girişimciliğine Bir Bakış

Günümüz Almanya ekonomisi içerisinde Türk kökenli bireylerin girişimcilik faaliyetleri çok önemli boyutlara ulaşmış bulunmaktadır. Özellikle 1980 sonrası dönemde hızla artış gösteren Türk kökenli girişim sayısının gelecek yıllarda da artış göstermeye devam edeceği düşünülmektedir.

Almanya'daki Türk kökenli girişimcilik faaliyetlerinin son durumunu incelemek için Türkiye Araştırmalar Merkezi'nin (TAM) en son olarak 2005 yılında gerçekleştirdiği araştırmanın sonuçlarından faydalanılabilir. TAM'ın araştırması 1985, 1990, 1995, 2000, 2001, 2002, 2003, 2004 ve 2005 yıllarını kapsamaktadır (tablo 3.2 ve tablo 3.3).

Tablo 3.2. Farklı Yıllara Ait Almanya'daki Türk Kökenli Girişimlere İlişkin Veriler (1985-2005)

Değişken	1985	1990	1995	2000	2001	2002	2003	2004	2005
İşletme sayısı	22.000	33.000	40.500	59.500	58.000	56.800	61.300	62.700	64.600
İşletme başına ortalama yatırım tutarı (Euro olarak)	88.400	88.400	104.800	116.600	118.000	115.300	120.600	119.000	114.000
Toplam yatırım hacmi (Milyar Euro olarak)	1,9	2,9	4,2	6,9	6,8	6,5	7,4	7,5	7,4
İşletme başına ortalama ciro tutarı (Euro olarak)	400.000	387.600	429.500	478.600	467.000	458.200	472.000	465.000	457.000
Yıllık tüm işletmelerin ciroları toplamı (Milyar Euro olarak)	8,8	12,8	17,4	28,5	27,1	26,0	28,9	29,1	29,5
İşletme başına ortalama çalışan sayısı	3,5	3,3	4,1	5,5	5,3	5,1	5,2	5,1	5,0
Toplam çalışan sayısı	77.000	100.000	168.000	327.000	307.000	290.000	319.000	320.000	323.000

Kaynak: Türkiye Araştırmalar Merkezi, Essen-Almanya, 2005
(www.existenzgruender.de web adresinden 10/2/2007 tarihinde erişilmiştir.)

Tablo incelendiğinde, 1985 – 2000 yıllarını içeren aralıkta Türk kökenli girişimlerin hızlı bir artış gösterdiği rahatlıkla anlaşılmaktadır. 1985 yılında 22.000 adet olan Almanya'da faaliyet gösteren Türk kökenli girişim sayısı, 2000 yılında 59.500'e yükselmiştir. 2000 ve sonrası dönemde ise, iniş ve çıkışlarıyla dengeli bir seyir izleyen Türk kökenli girişim sayısı 2005 yılında 64.600'e ulaşmıştır.

Tabloda ele alınan verilere göre, işletme başına ortalama yıllık yatırım tutarı 1985 ve 1990 yıllarında 88.400 Euro düzeyinde gerçekleşirken, takip eden yıllarda 2001 yılına kadar artış eğilimi göstermiş ve 2001 yılında 118.000 Euro değerine ulaşmıştır. Daha sonraki yıllarda ise inişli çıkışlı seyriyle, 2005 yılında 114.000 Euro olarak gerçekleşmiştir. 1985 – 2005 yılları arasında içine alan bu süreçte işletme başına en yüksek ortalama yıllık yatırım tutarı 120.600 Euro olarak 2003 yılında gerçekleştirilmiştir. Türk kökenli işletmelerin bütün hepsinin 1985 yılındaki toplam yatırım tutarları hacmi ise sadece 1,9 milyar Euro ile ifade edilebilirken, 2005 yılında bu hacim 7,4 milyar Euro düzeyine yükselmiştir. Özellikle 2003 ve sonrası dönemde işletmelerin toplam yatırım tutarları hacminin çok dengeli bir seyir izlediğini görmekteyiz.

Türk kökenli işletmelerin işletme başına ortalama yıllık cirolarının yıllara göre dağılımına bakıldığında, 1985 yılında 400.000 Euro olarak gerçekleşen işletme başına ortalama ciro miktarı, 2000 yılında 478.600 Euro ile en yüksek değere ulaşmıştır. 2003 yılından itibaren süregelen düşüş eğilimiyle birlikte 2005 yılı itibariyle ise, Türk kökenli girişimlerin işletme başına ortalama ciro miktarı 457.000 Euro olarak gerçekleşmiştir. Türk kökenli işletmelerin tümünün yıllık ciroları toplamı 1985 yılında sadece 8,8 milyar Euro iken, bu değer 2000 yılına kadar olan süreçte tablodan da anlaşılacağı üzere çok büyük sıçrayışlar gerçekleştirerek 28,5 milyar Euro düzeyine erişmiştir. 2000 – 2002 arasındaki az ama sürekli düşüş ve 2002 – 2005 arasındaki

yine az ama sürekli çıkışlarla, 2005 yılında tüm ciroların toplamı 29,5 milyar Euro'ya yükselmiştir. Ayrıca bu değer Türk kökenli tüm işletmelerin bu süreçteki yıllar içerisinde ulaştığı en yüksek ciro toplamları değeridir.

1985 yılında bir işletmede ortalama 3,5 kişi istihdam olunurken, 2000 ve sonrasındaki yıllarda bu ortalama en az 5 kişi olarak gerçekleşmiştir. En yüksek işletme başına ortalama çalışan sayısı 5,5 kişi ortalamasıyla 2000 yılında gerçekleşmiştir. 1985 yılında tüm Türk kökenli girişimlerde istihdam edilen kişi sayısı toplamı 77.000 kişidir. Takip eden yıllarda 2000 yılına kadar, bu sayı büyük artışlar göstermiş ve 300.000 kişiden fazla çalışana ulaşmıştır. Her ne kadar toplam çalışan sayısı birtakım azalmalar gösterse de 2005 yılı itibariyle, Türk kökenli girişimlerde istihdam edilen kişi sayısı 323.000 olarak gerçekleşmiştir.

Öte yandan aynı araştırma kapsamında ulaşılan bir diğer bulgu da Türk kökenli girişimlerin hangi alanlarda faaliyet gösterdiği ile ilgilidir. Tablo 3.3'te ayrıntılı olarak yer verilen bulgulara göre Türk kökenli girişimler en çok ticaret alanında faaliyet göstermektedirler.

Tablo 3.3. Faaliyet Gösterdiği Alana Göre Almanya'daki Türk Kökenli İşletmeler (2005 itibariyle)

Faaliyet Alanı	Sayı	Yüzde Oranı
Ticaret	22.400	34,6
Gastronomi	16.600	25,7
Hizmetler	14.700	22,8
Elsanatları, inşaat işleri, imalat işleri	10.900	16,9
Toplam	64.600	100,0

Kaynak: Türkiye Araştırmalar Merkezi, Essen-Almanya, 2005
(www.existenzgruender.de web adresinden 10/2/2007 tarihinde erişilmiştir.)

IV. ALMANYA'NIN FRANKFURT (MAIN) ŞEHİRİNDE FAALİYET GÖSTEREN TÜRK KÖKENLİ GİRİŞİMLER

Bu bölümde, Almanya'nın Frankfurt (Main) Şehri'nde faaliyet gösteren Türk kökenli girişimlere yönelik yapılan araştırma yer almaktadır.

1. Araştırmanın Yöntemi

1.1. Araştırmanın Amacı ve Araştırma Soruları

Son yıllarda gelişmiş ekonomiler içinde etnik girişimcilik faaliyetlerinin büyük artış kaydettiği görülmektedir. Bu bağlamda, 1960'lı yıllardan itibaren Almanya'ya göç etmeye başlayan ve zamanla orada yerleşik hale gelen Türk kökenli göçmenlerin de buldukları şehirlerde girişimcilik faaliyetlerine kalkıştıkları ve bu faaliyetlerin özellikle 1980 sonrası dönemde büyük artış kaydettiği göze çarpmaktadır. 2005 yılı itibariyle, Almanya'da 64.600 Türk kökenli girişim olduğu tespit edilmiştir (TAM, 2005). Bu araştırmanın amacı, bir etnik girişimcilik örneği olan Türk kökenli girişimcilerin, kendilerini girişimciliğe iten ve teşvik eden temel nedenleri; bireysel faktörler, etnik bağlam ve bulunan ülkenin sağladığı koşullar açısından irdelemektir.

Bu amaca yönelik olarak araştırmanın temel soruları şu şekilde belirlenmiştir:

- Türk kökenli girişimcileri (etnik girişimcileri) girişimciliğe iten

ve teşvik eden en önemli bireysel (motivasyon ile eğitim ve deneyim gibi bireysel nitelikler) faktörler nelerdir?

- Türk kökenli girişimcileri (etnik girişimcileri) girişimciliğe iten ve teşvik eden en önemli etnik faktörler nelerdir?
- Türk kökenli girişimcileri (etnik girişimcileri) girişimciliğe iten ve teşvik eden ev sahibi ülkenin koşulları ile ilgili en önemli faktörler nelerdir?
- Bireysel faktörler, etnik faktörler ve ev sahibi ülke koşullarından ileri gelen faktörlerden hangisi etnik girişimcilik olgusunu daha fazla etkilemektedir?

1.2. Araştırmanın Evreni ve Veri Toplama Aracı

Türk kökenli göçmenler arasındaki girişimcilik faaliyetlerini konu alan bu araştırmanın evrenini Almanya'nın Frankfurt (Main) şehrinde faaliyetlerini sürdüren Türk kökenli girişimler oluşturmaktadır. Aktiv İş Rehberi (2006) verilerine dayanılarak, Frankfurt (Main) şehrinde 570 adet Türk kökenli girişim olduğu tespit edilmiştir. Bu sayıya rehberde kaydı bulunan dernek yapılanmaları dâhil edilmemiştir.

Farklı kısıtlar nedeniyle bütün Türk kökenli girişimlere ulaşmak mümkün olmamıştır. Araştırma kapsamında, araştırma evreninin %11,4'lük bölümünü oluşturan 65 Türk kökenli girişimciye ulaşılmıştır.

Araştırma verilerinin toplanmasında veri toplama aracı olarak bir soru formu kullanılmıştır. Soru formu iki bölümden

oluşmaktadır; ilk bölümde girişimcilerin demografik özelliklerini ortaya koymaya dönük olarak 9 adet soru bulunmaktadır. Formun ikinci bölümünde ise beşli Likert ölçeği şeklinde oluşturulan (“Tamamen katılıyorum – katılıyorum – kararsızım – katılmıyorum – kesinlikle katılmıyorum” şeklinde) 27 önerme bulunmaktadır. Bu form temelde, Dr. Don Withane (2006) tarafından geliştirilen Etnik Girişimcilik Formu’dur. 2006 yılında internet üzerinden ulaşılabilen bu form araştırmacının formu elde etmesinden kısa bir süre sonra erişimden kaldırılmıştır. Ancak araştırmacı konuya yönelik araştırmaları inceledikten sonra, formda yer alan soruların, muhtelif araştırma formlarında da yaygın olarak yer aldığını tespit etmiş (Hall, 1999; Masurel vd, 2001; Fertala, 2006; Constant vd, 2003; Household Survey of Entrepreneurship, 2003) ve bu çalışmalardan da yararlanarak Türk girişimcilere yönelik bazı ilave önermelerle mevcut formu genişletilmiştir. Soru formunun doldurulmasında ise araştırmacı, girişimcilerin Türkçe ifadeleri anlama güçlüğü çekmemeleri için yüz yüze yöntemini uygulamış; önermelerle ilgili olarak girişimcilere aydınlatıcı açıklamalarda bulunmuştur. Formların tamamlanması yaklaşık 2 ay sürmüştür.

2. Araştırmanın Bulguları

65 Türk kökenli girişimciye ulaşılarak gerçekleştirilen araştırmanın verileri SPSS 14.0 kullanılarak analize tabi tutulmuştur. Uygulanan başlıca analizler: Frekans analizi, korelasyon analizi ve Mann-Whitney U testidir. Ayrıca ölçeğe ilişkin faktör analizi de gerçekleştirilmiş, ancak soru formunun derleme bir form olmasından ötürü istenen düzeyde bir faktörleşme yapısı elde edilememiştir. Ölçeğin güvenirlik değeri 0,81 dir.

İkinci olarak soru formunun ilk kısmında yer alan demografik veriler ve işletmeye ilişkin veriler frekans analizi yardımıyla değerlendirilmiştir. Frekans analizi sonuçları Tablo 4.1'de ele alınmıştır.

Tablo 4.1. Demografik ve İşletme ile İlgili Verilere İlişkin Frekans Analizi Sonuçları

	Sayı	% Oranı		Sayı	% Oranı
Girişimcinin Cinsiyeti			İşletmenin Faaliyet Alanı		
Erkek	57	87,7	Hizmetler	24	36,9
Kadın	8	12,3	El sanatları, inşaat işleri, imalat işleri	8	12,3
Toplam	65	100,0	Ticaret	15	23,1
Girişimcinin Yaşı			Gastronomi	18	27,7
18-26 yaş arası	6	9,2	Toplam	65	100,0
27-34 yaş arası	3	4,6	İşletmenin Faaliyet Süresi		
35-42 yaş arası	32	49,2	3 yıldan az	6	9,2
43-50 yaş arası	14	21,5	3-5 yıl arası	13	20,0
51 yaş ve üstü	10	15,4	6 yıl ve üstü	46	70,8
Toplam	65	100,0	Toplam	65	100,0
Girişimcinin Eğitim Durumu			İşletmede Çalışan Sayısı		
İlköğretim	13	20,0	1-9 kişi	52	80,0
Lise ve Dengi okul	43	66,2	10-49 kişi	12	18,5
Üniversite	8	12,3	50 kişi ve üstü	1	1,5
Yüksek Lisans	1	1,5	Toplam	65	100,0
Toplam	65	100,0	İşletmenin Sahiplik Yapısı		
Girişimcinin Medeni Durumu			Tek kişi işletmesi	50	76,9
Evli	56	86,2	İki ortaklı işletme	5	7,7
Bekar	9	13,8	Üç ortaklı işletme	10	15,4
Toplam	65	100,0	Toplam	65	100,0
Girişimcinin Almanya'da Bulunma Süresi					
3-5 yıl arası	2	3,1			
6-10 yıl arası	4	6,2			
10 yıldan fazla	53	81,5			
Almanya'da doğmuş	6	9,2			
Toplam	65	100,0			

Girişimcilere ve işletmelerine y6nelik bu oranlar aşağıdaki gibi 6zetlenebilir:

- Araştırmamıza katılan T6rk k6kenli girişimcilerin b6y6k 6oğunluğu erkeklerden oluşmaktadır (%87,7).
- Katılımcı girişimcilerin yaşları 6oğunluk olarak 35 ve 6zeridir. Burada da en 6nemli pay, katılımcıların neredeyse yarısını (%49,2) oluşturan 35-42 yaş grubundaki girişimcilerdir.
- Araştırmaya katılan girişimcilerin yaklaşık 6çte iki gibi (%66,2)b6y6k bir kısmının eğitim d6zeyinin lise d6zeyinde olduğu saptanmıştır.
- Katılımcıların b6y6k 6oğunluğu evlidir. Araştırmaya katılan girişimcilerden evli olanların oranı % 86,2'dir.
- Katılımcılarımızın b6y6k 6oğunluğu en az 11 yıldır Almanya'da ikamet etmektedir. Bunların oranı % 81,5 olarak tespit edilmiştir. Almanya'da doğan ve girişimciliğe kalkışanların oranı da %9,2 olarak bulunmuştur. Burada tespit edilen bir ilginç nokta ise, 3 yıldan az zamandır Almanya da ikamet edipte girişimcilik faaliyetine kalkışan katılımcının bulunmamasıdır.
- Araştırmamız bağlamında T6rk k6kenli girişimlerin genellikle hizmetler, toptan ve perakende ticaret ile gastronomi (lokantacılık, b6fecilik ve fırıncılık vb.) alanlarında yoğunlaştıklarını

söyleyebilmekteyiz. Katılımcıların %87,7 gibi büyük bir oranı işletmelerinin bu üç alandan birisinde faaliyet gösterdiği belirtmiştir. Burada hizmetler alanı % 36,9'luk oranıyla az da olsa ön planda yer almaktadır.

- Katılımcı girişimciler çoğunlukla 6 yıl ya da 6 yıldan daha uzun süredir mevcut işlerini devam ettirdiklerini belirtmişlerdir. Bunların toplam içindeki oranı %70,8 olarak tespit edilmiştir.

- Araştırmaya katılan Türk kökenli girişimlerin çalışan sayılarının fazla olmadığı görülmektedir. Bu girişimlerde çoğunlukla 1-9 kişi çalışmaktadır. Toplam içindeki 1-9 kişi arasında çalışana sahip olma oranı %80 olarak bulunmuştur. Bu oran mikro işletmelerin ağırlıkta olduğunu göstermektedir.

- Son olarak araştırmaya dâhil edilen girişimlerin sahiplik durumlarını değerlendirdiğimizde, Türk kökenli girişimlerin daha çok tek kişi işletmesi olduğunu, ortaklıkların ise çok fazla olmadığını söyleyebilmekteyiz. Tek kişiye ait olan girişimlerin oranı %76,9 olarak bulunmuştur.

Bundan sonraki aşamada ise Türk kökenli girişimcileri girişimciliğe iten ve teşvik eden unsurlar incelenmiştir (tablo 4.2).

2.2. Girişimciliğe Teşvik Eden Faktörler

Tablo 4.2. Etik girişimcilik ölçeğine ilişkin frekans analizi sonuçları

	Tamamen Katlıyorum	Katlıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
1. Kendi işimin patronu olma düşüncesi işimi kurmamda çok etkili oldu.	%61,5	%21,5	%4,6	%6,2	%6,2
2. Çok para kazanma ve zengin olma düşüncesiyle işimi kurdum.	%12,3	%18,5	%18,5	%30,8	%20,0
3. İşimle ilgili eğitim veren bir okuldan mezun olmam bu işi seçmemi etkiledi.	%16,9	%10,8	%16,9	%20,0	%40,0
4. Kendi işimi kurmadan önce aynı işle ilgili farklı yerlerde çalışıp deneyim kazandım.	%32,3	%23,1	%3,1	%18,5	%23,1
5.Yaptığım iş çok fazla eğitim gerektirmiyor.	%16,9	%13,8	%1,5	%35,4	%32,3
6. Çocukluğumdan beri bu işi yapmak isterdim.	%12,3	%12,3	%21,5	%21,5	%21,5
7. Kendi işimin sahibi olmak özgür olmak demek ve bu duygu beni motive ediyor.	%44,6	%33,8	%4,6	%9,2	%7,7
8. Almanya’da kendi işini kurmak isteyenlere yönelik devlet teşvikleri çok tatmin edicidir.	%10,8	%20,0	%13,8	%27,7	%27,7
9. Daha iyi bir eğitim almış olsaydım kendi işimi kurmazdım, büyük firmalarda çalışırdım.	%15,4	%20,0	%10,8	%27,7	%26,2
10. Bu ülkede herkes için fırsat eşitliği var ve bu da iş kurmayı kolaylaştırıyor.	%30,8	%30,8	%10,8	%15,4	%12,3
11. Bulduğum bölgede farklı yabancı kökenli grupların olması iş kurma imkanlarını artırıyor.	%21,5	%33,8	%9,2	%29,2	%6,2
12. Bu ülkede güçlü bir iş ahlakı var ve bu iş sahibi olmayı kolaylaştırıyor.	%40,0	%24,6	%12,3	%13,8	%9,2
13. Türklerin kendi aralarındaki sosyal ilişkilerinin kuvvetli olması, iş kurma imkanlarını artırıyor.	%13,8	%27,7	%18,5	%21,5	%18,5
14. Ailem kendi işimi kurmam konusunda büyük destek oldu.	%38,5	%33,8	%4,6	%10,8	%12,3
15. Kendi kültürel değerlerime uygun bir iş yapıyorum.	%44,6	%33,8	%10,8	%10,8	%0
16. Kendi işinin sahibi olmak Türkler arasında saygınlığımı artırıyor.	%27,7	%29,2	%18,5	%18,5	%6,2
17. Türkler arasındaki güçlü dayanışma duygusu işle ilgili sıkıntılarımı aşmama yardımcı oluyor.	%10,8	%26,2	%10,8	%26,2	%26,2
18. Kendi işinin sahibi olmak Almanlar arasında saygınlığımı artırıyor.	%36,9	%33,8	%16,9	%6,2	%6,2

	Tamamen Katılıyor	Katılıyor	Kararsız	Katılmıyor	Kesinlikle Katılmıyor
19. Herkese kendi işini kurmasını öneririm.	%29,2	%26,2	%18,5	%12,3	%13,8
20. İşim çok riskli değil.	%15,4	%20,0	%7,7	%29,2	%27,7
21. İşimle ilgili olarak Türkiye ile sürekli bağlantılarım var.	%15,4	%29,2	%3,1	%21,5	%30,8
22. Yabancı kökenli girişimciler kendi gruplarına olduğu kadar diğer yabancı kökenlilere de iş imkanı sağlıyorlar.	%27,7	%33,8	%23,1	%9,2	%6,2
23. Türk kökenli girişimcilerin sayısının artması rekabet gücümüzü artırıyor.	%21,5	%38,5	%7,7	%18,5	%13,8
24. Türk kökenli girişimcilerin sayısının artması kendi topluluklarındaki gençler için olumlu rol modeli oluyor.	%30,8	%30,8	%15,4	%12,3	%1,5
25. Türk kökenli girişimcilerin sayısının artması, bu ülkedeki Türk topluluğunun gücünü ve etkisini artırıyor.	%38,5	%30,8	%9,2	%12,3	%9,2
26. Kendi işimi kurma ve sürdürmeyi bir Alman işletmesinde yüksek ücretle çalışmaya tercih ederim.	%41,5	%18,5	%16,9	%7,7	%15,4
27. Müşterilerimiz çoğunlukla Türktür.	%26,2	%23,1	%0	%29,2	%21,5

Tablo'da yer alan bu bulgular, araştırmacının yüz yüze görüşme sırasında edindiği bilgiler ve işyeri gözlemleri ile birleştiginde Türk kökenli girişimcilerle ilgili şu sonuçlara ulaşılmıştır:

- Genel olarak Türk kökenli girişimcilerin (% 83) iş kurmaları konusunda kendi işinin patronu olma fikri çok ön plana çıkmıştır. Bu durum girişimcilik motivasyonuna yönelik literatürde en sık vurgulanan durumlardan biridir. Diğer yandan küçük bir grup (%12,4'lük kesim), patronluk gibi bir arzuyla iş kurmaya yönelmediklerini, uzun zamandır işsiz olduklarından ya da geçirmiş olduğu iş kazası nedeniyle iş piyasasında uygun bir iş bulamadıkları vb nedenlerden kendi işlerini kurmakla

karşı karşıya kaldıklarını ifade etmişlerdir. Çok para kazanma ve zengin olma düşüncesiyle kendi işini kurdukları şeklindeki bir önermeye girişimciler çok farklı tepkiler vermişlerdir. Ancak katılımcıların yarısından çoğu bu ifadeye karşı olumsuz yaklaşmıştır. Onlar, genel olarak çok para kazanmaktan ve zengin olmaktan çok, tabiri uygunsuzsa “kimseye muhtaç kalmadan” kendi hayatlarını sürdürebilecek ve geleceğe güvenle bakabilecek düzeyde bir kazançla faaliyet sürdürmek için girişimciliğe yöneldiklerini ifade etmişlerdir. Diğer yandan, “kendi işimi kurma ve sürdürmeyi bir Alman işletmesinde yüksek ücretle çalışmaya tercih ederim” ifadesine %60 oranında olumlu yanıt verilmiştir; bu durum Türk kökenli girişimcilerin bağımsız çalışmaya daha yatkın olduklarını göstermektedir.

- Girişimcilerin çoğunluğunun (%60’lık kesim) işini seçmesinde işiyle ilgili eğitim veren bir okuldan mezun olmanın etkisinin olmadığı görülmektedir. Bu oran lise ve dengi bir okuldan mezun olanların oranı ile oldukça yakındır; dolayısıyla alınan temel eğitimin girişimcilik kararını doğrudan etkilememesi olağandır.

İşle ilgili bir eğitim veren bir okuldan mezun olan girişimciler ise daha çok “yeni kuşak girişimciler” olarak göze çarpmaktadır ve onlar az sayıdadırlar. Yeni kuşak girişimciler ya yapacakları işle ilgili özellikle Almanya’da mesleki eğitim almış ya da üniversite düzeyinde eğitim alarak profesyonel hizmetler (tercümanlık, danışmanlık, müşavirlik hizmetleri... vb) sunan yerler açmış girişimcilerdir.

• Girişimcilerin önemli bir kısmı çoğunluğu (%55,4'lük kesim) kendi işini kurmadan önce kendi işiyle ilgili olarak başka yerlerde çalışıp deneyim kazandıklarını ifade etmişlerdir. Ayrıca girişimcilerin büyük çoğunluğu (%67,7'lik kesim), her işin çok yönlü ve ileri düzeyde olmasa bile belli bir düzeyde eğitimi gerekli kıldığı görüşünde hemfikirdirler.

• Girişimciler “çocukluğumdan beri bu işi yapmak isterdim.” biçimindeki ifadeye karşı çok farklı yanıtlar vermekle beraber, çocuklukla olumsuz bakmışlardır. Birçok girişimci, çocukluğunda çok daha farklı yerlerde olmayı hayal ettiğini, hatta yapmakta olduğu işi yapacağını aklının ucundan bile geçirmediğini ifade etmişlerdir. Dolayısıyla girişimciliğin bir kariyer hedefi olarak benimsenmek yerine koşullara bağlı gelişen bir hedef olduğu iddiası daha geçerli görölmektedir.

• Girişimcilerin çok büyük bir kısmı (%78,4'ü) kendi işinin sahibi olmayı özgür olmak olarak görmektedir. Aksini savunan az sayıdaki girişimci ise sanıldığıının aksine kendi işinin sahibi olmanın kişiyi özgür kılmadığını, aksine “işinin kölesi” haline getirdiğine dikkat çekmişlerdir. Diğer yandan araştırmaya katılan girişimciler, sürekli dinamik biçimde çalışmayı arzu ettiklerini ve ücretli çalışma ortamının tekdüzeliğinden uzak durmak istediklerini sözlü olarak ifade etmişlerdir.

• Girişimcilerin çoğunluğu (%55,4'ü) Almanya'da kendi işini kurmak isteyenlere devlet teşvikinin tatmin edici olmadığı

kanaatini taşımaktadır. Öte yandan girişimcilerin %30,8'ini oluşturan kesim bunun aksini savunmaktadır. Bu noktada devlet teşvikinin yeterli olmadığını savunan çoğu girişimci iş kurması sırasında daha çok yakın çevresinden ve akrabalarından (yani etnik kaynaklardan) destek gördüğünü, ancak devletten herhangi bir destek almadığını ifade etmişlerdir. Burada önemle üzerinde durulması gereken konulardan birisi de devlet teşviklerinden haberdar olmaktır. Araştırma sırasında çoğu girişimci sözlü beyanlarında Almanca bilgisine (ev sahibi ülkenin diline) tam anlamıyla hâkim olamadıklarından ötürü ve bunun yanında danışmanlık hizmetlerinden faydalanmanın da çok yüklü maliyet getirmesinden dolayı devlet teşviklerinden haberdar olamadıklarını dile getirmişlerdir. Dolayısıyla teşviklerin yetersiz görülmesinden daha çok, var olan teşviklerden tam olarak yararlanamama durumunun daha yaygın olduğu söylenebilir.

- Girişimcilerin yarısından fazlası (%53,9) daha iyi bir eğitim almış olsa bile, kendi işini yapmak isteyeceğini belirtmiştir. Kuşkusuz bu durum varsayımsaldır. Gerçekte daha kalifiye özelliklere sahip bir girişimcinin bu potansiyelini nasıl kullanmak isteyebileceği çok açık değildir. Özellikle üniversite mezunu girişimcilerin oranının düşüklüğü, girişimciliğin eğitilmiş kesim için kolay bir kariyer tercihi olmadığını göstermektedir.
- Girişimcilerin önemli bir çoğunluğu (%61,6) Almanya'da herkes için fırsat eşitliği olduğunu ve bunun iş kurmayı kolaylaştırdığını beyan etmişlerdir. Bu görüşün aksini savunan

daha az sayıdaki girişimci ise yabancı olmalarından dolayı iş kurma sürecinde büyük sorunlarla karşılaştıklarını, ayrımcı uygulamalara maruz kaldıklarını dile getirmişlerdir. Bu durum, özellikle eskiden beri girişimcilik faaliyetlerini sürdürenler açısından söz konusudur. Çünkü eskiden Almanya’da yabancıların kendi işlerinin sahibi olması büyük prosedürleri geçmelerini gerektirmekteydi. Ancak, özellikle 1980 ve sonrası dönemde, Alman kanunlarında yabancılara da daha kolay girişim sahibi olma olanağı sağlayacak, onlara da fırsat eşitliği temin edecek biçimde kolaylıklar tanınmaya başlanmıştır.

- Araştırmaya katılan girişimcilerin önemli bir çoğunluğu (%55,3’ü) buldukları bölgede farklı etnik gruplardan insanların da olmasının iş kurma imkânlarını arttırdığına inanmaktadırlar. Öyle ki, araştırmanın sürdürüldüğü Frankfurt (Main) Şehri de bu etnik çeşitliliğe dikkat çekmek açısından önemli bir örnektir. Araştırmanın uygulandığı girişimcilerin ifadesiyle, dünyanın dört bir tarafından göç alan şehirde 180’den fazla farklı ülkeden insan yaşamaktadır. Girişimciler, farklı etnik kökenlerden gelen bireylerin gerek uygun ücretli çalışan olarak işletmelerinde istihdam edilebilmesiyle, gerekse müşteri olarak kendilerini tercih etmeleriyle iş kurma sürecinde dikkate alındıklarını ifade etmişlerdir. Bunun yanında, araştırmacı gıda ile ilgili işyeri ziyaretleri sırasında farklı etnik kökene mensup bireylere özgü ürünlerinde (Bulgar peyniri, Bosna salamı,...gibi) Türklere ait işyerinin vitrinlerini süslediğini gözlemlemiştir.

• Girişimcilerin büyük çoğunluğu (%64,6) Almanya'da güçlü bir iş ahlakının olduğunu ve bunun da kendilerini iş kurma konusunda cesaretlendirdiğini dile getirmişlerdir. Öte yandan bunun aksini savunan daha az sayıdaki girişimcinin de ifadelerini dikkate almakta fayda vardır. Bu girişimcilere göre, yine öz itibarıyla ülkede güçlü bir iş ahlakından söz edilebilmekte, ancak bölgenin etnik çeşitliliğinin yüksek olması (çok farklı etnik grupların olmasından) ve her birinin bilhassa borç-alacak ilişkileri konusunda aynı derecede hassas ve dakik davranmaması, Almanlara özgü güçlü iş ahlakının yozlaşmasına neden olmaktadır.

• Girişimciler Türklerin kendi aralarındaki sosyal ilişkilerin sanıldığı kadar güçlü olmadığını savunmaktadırlar. Çoğu girişimci sözlü ifadelerinde, çıkar ilişkilerinin her şeyin önüne geçtiğini, işle ilgili sıkıntılarının aşılması konusunda çok yakın aile bireyleri ve arkadaşlar dışında destek bulmanın çokta mümkün olmadığını dile getirmiştir. Bu durum değerlendirildiğinde kolektivist (ortaklaşa davranışçı) Türk topluluğunun, bireyselliğın ön planda olduğu bir Avrupa ülkesinin dokusuna uyum sağladığı ve bunun da güçlü sosyal ilişkileri olumsuz etkilediğı söylenebilir.

• Girişimcilerin büyük bir çoğunluğu (%72,3) iş kurma konusunda ailelerinden büyük destek gördüklerini dile getirmişlerdir. Bunun yanında nispeten çok daha az bir yüzdeyle temsil edilen girişimci ise işini kurması konusunda ailesinden gerek maddi boyutta gerekse psikolojik boyutta destek görmediklerini belirtmişlerdir.

- Araştırmaya katılan girişimcilerin çok büyük bir bölümü (%78,4) Türk kültürüne uygun bir iş ile uğraştıklarını ifade etmişlerdir.
- Araştırmaya katılan girişimcilerin önemli bir bölümü (%56,9) kendi işinin sahibi olmanın Türk kökenli göçmenler arasında saygınlığını arttırdığına inanmaktadır. Bunun yanında girişimciler saygınlık kazanmalarının Türkler arasında çekememezlikleri de beraberinde getirdiğini ifade etmişlerdir. Buna örnek olarak bir girişimci kendisine ait lokantanın hemen karşısına başka bir lokanta açan Türk girişimciyi göstermekte, kuyumculuk yapan başka bir girişimci bulunduğu bölgede başka bir Türk kökenli kuyumcu yokken pazara girdiğini ancak kısa sürede kendini müteakip aynı bölgede 2 tane daha Türk kökenli kuyumcunun faaliyete geçtiğini belirtmektedir.
- Araştırmaya katılanların yarısından çoğu (%52,4) Türkler arasında dayanışma duygusunun sanıldığı kadar yüksek olmadığını ve iş kurma ve sürdürme noktasındaki sıkıntıları aşma konusunda da yarar sağlamadığından söz etmişlerdir.
- Girişimcilerin %70'den fazlası kendi işinin sahibi olmanın Almanlar arasında saygınlığını arttırdığına inanmaktadır. Almanya'ya göçün ilk aşamalarında sadece vasıfsız çalışanlar olarak görüldüklerini ve Almanlar tarafından küçümsediklerini, ancak kendi işlerinin sahibi olmalarıyla Almanlar tarafından saygı görmeye başladıklarını sözlü olarak ifade eden girişimci

sayısı azımsanamayacak derecede çok olmuştur. Bu girişimciler ayrıca girişimciliğe yönelmelerindeki asıl amaçlardan biri olarak da hem Almanlar arasında, hem diğer etnik kökenden gelenler arasında hem de Türkler arasında saygın bir yer edinmenin de olduğunu çizmişlerdir. Bu durum etnik girişimciliğin, yabancı bir ülkede meşrulaşma, tanınma olgusuna katkı sağladığını somut olarak göstermektedir.

- “Herkes kendi işini kurmasını öneririm.” biçimindeki önermeye, girişimcilerin yarısından çoğu (%55,4) olumlu bakmaktadır. Öte yandan olumlu düşünen girişimciler araştırmacıyla olan diyaloglarında, potansiyel girişimcilere kendi işlerini kurmalarını önerirken; bireylerin kendilerinin girişimcilik yeteneklerinin farkında olmasının önemine dikkat çekmekte; ayrıca, kaybetme riskinin farkındalığına, pazarı doğru okumanın gerekliliğine, Almanya’da girişimci olabilmek için Almanca’nın mutlaka iyi derecede öğrenilmesine vurgu yapmaktadırlar.

- Girişimcilerin önemli bir bölümü (%56,9) işlerinin risk düzeylerinin azımsanmaması gerektiğini ifade etmişlerdir. Bu noktada finans danışmanlığı yapan bir girişimcinin “elbette büyük firmalar kadar riskler taşımadığımız doğrudur, ancak kaynaklar nispetinde karşılaştırma yapıldığında bizim de risklerimizin yüksek olduğu söylenebilecektir” ifadesi yaygın bir düşüncedir.

- Türk kökenli girişimcilerin Türkiye bağlantılarının değişkenlik

taşıdığı önermeler verilen yanıtlardan rahatlıkla anlaşılabilir. Bazı faaliyet alanlarında (Türkiye'ye özgü ürünler sunan alanlarda, tekstil alanında, seyahat işletmeciliği alanında...vb) Türkiye bağlantıları işletmeler için kaçınılmazdır. Öte yandan bir kısım faaliyet alanlarında (internet kafe işletmeciliği, tamir bakım hizmetleri... vb) Türkiye bağlantıları neredeyse hiç önem taşımamaktadır.

- Araştırmaya katılan girişimcilerin %61,5'lik bölümü etnik girişimlerin kendi etnik kökeninden gelenler dışında diğer etnik kökenden gelenlere de iş imkânı sağladığı görüşünde hemfikirdirler. Örneğin 34 adet çalışanı olan bir lokanta işletmecisi, çalışanları arasında Türklerin yanında Irak'tan, Polonya'dan, Sırbistan'dan, Afganistan'dan ve ev sahibi ülke olan Almanya'dan çalışanların bulunduğunu dile getirmiştir.
- Girişimcilerin %60'luk kısmı Türk kökenli girişimlerin sayısının artmasının genel rekabet gücünü arttırdığına inanmaktadır.
- Girişimcilerin önemli bir bölümü Türk kökenli girişimcilerin sayısının artmasının Türk kökenli gençler için olumlu rol modeli oluşturduğuna inanmaktadır. Bu fikri savunanlar, gençlerin eğitimle kendilerini donatarak ve özellikle Almanca'ya ağırlık vererek mevcut girişimcilerden çok daha ileriye gidebileceklerini düşünmektedirler.

- Girişimcilerin %69,3 gibi önemli bir kısmı Almanya’da Türk kökenli girişimlerin sayısının artmasının, bu ülkedeki Türk topluluğunun etkisini ve gücünü arttırdığına inanmaktadır. Ama girişimci sayısı olarak ne kadar çok olursa olsun, Türk girişimleri arasında eşgüdümlü bir örgütlenmenin tam olarak sağlanamamış olmasına dikkat çekmektedirler. Girişimcilerin ifadelerine göre, Türk kökenli işletmelerin güçlü bir örgütlenme yapısı tesis etmesi halinde, Almanya’da günümüzde mevcut olandan çok daha etkili bir toplumsal güç olunması hiçte zor gözükmemektedir.

- Türk kökenli girişimlerin müşterilerinin sadece Türklerden oluşmadığı görülmektedir. Bu konuya ilişkin önermeye verilen yanıtların dağılımında dengeli bir dağılım tablodan görülmektedir. Gözlemlere ve girişimcilerin sözlü ifadelerine dayanarak bu konuya şöyle açıklık getirmek mümkündür: Özellikle danışmanlık ve tercümanlık hizmetleri gibi hizmetler sunan girişimcilerin müşterileri büyük oranda Türklerden meydana gelmektedir. Öte yandan kuyumculuk, lokantacılık, seyahat acenteliği, gıda perakendeciliği gibi alanlarda müşteriler hem Türklerden hem de yerli halktan ve diğer etnik gruplardan oluşmaktadır. Bunların yanında kendisine sadece Alman müşterileri hedef alan Türk kökenli girişimlere rastlamak da mümkündür.

2.3. Girişimciliğe Teşvik Eden Faktörlerin Etki Düzeyi

Bu genel değerlendirmelerden sonra Tablo 4.3’de ise etnik girişimcilik formunda en yüksek oranlara sahip ifadeler

önem sırasına göre büyükten küçüğe doğru sıralanmıştır. Buna göre girişimcileri girişimciliğe iten ve teşvik eden en önemli bireysel faktörler olarak;

- Kendi işinin patronu olma düşüncesi (%83)
- Özgür (bağımsız) çalışma düşüncesi (%78,4)
- Kendi işinin sahibi olmanın Almanlar arasındaki saygınlığını arttırdığına inanç (%70,7)
- Kendi işinin sahibi olmanın Türkler arasındaki saygınlığını arttırdığına yönelik inanç (%56,9) ilk sıralarda yer almaktadır.

Girişimcileri girişimciliğe iten ve teşvik eden en önemli etnik bağlamla ilgili faktörler olarak ise,

- Türk kültürel değerlerine uygun bir iş yapma (%78,4)
- Aileden iş kurma konusunda destek görme (%72,3)
- Türk kökenli girişimci sayısının artmasının Almanya'daki Türklerin gücünü ve etkisini arttırdığı inancı (%69,3)
- Türk kökenli girişimci sayısının artmasının Türk gençleri için olumlu rol modeli olduğuna dair inanç (%61,6)
- Türk kökenli girişimci sayısındaki artmanın rekabet gücünü arttırdığı düşüncesi (%60) söylenebilmektedir.

Öte yandan araştırmaya katılan Türk kökenli girişimcileri girişimciliğe iten ve teşvik eden ev sahibi ülkenin koşullarından ileri gelen faktörler olarak,

- Almanya’da güçlü bir iş ahlakının olması ve bunun kendi işini kurmayı cazip kılması (%64,6)

Almanya’da iş kurma konusunda etnik köken ayırmaksızın herkese fırsat eşitliği tanınmasının (%61,6) ön plana çıktığı görülmektedir.

Genel olarak bakıldığında ve oransal olarak değerlendirildiğinde etnik girişimcilik olgusunu en çok etkileyen faktörlerin bireysel nedenlerden ileri geldiğini söyleyebiliriz. Ancak öte yandan tablo 4.3’deki ifadeler de dikkate alındığında olguyu açıklamada belki bireysel nedenler kadar olmasa da, etnik bağlamla ilgili önermeler ve ülke koşulları ile ilgili önermelerin de oldukça önemli olduğunu ve bütün bu faktörlerin birlikte ve etkileşim halinde etnik girişimciliği açıkladığını ifade edebiliriz.

Tablo 4.3. Etnik Girişimcilik Ölçeğine İlişkin Frekans Analizinde Öne Çıkan Önermeler

ifade	Olumlu görüş (Tamamen katılıyorum ve katılıyorum)	Kararsız Tutum	Olumsuz görüş (Katılmıyorum ve Kesinlikle katılmıyorum)
1. Kendi işimin patronu olma düşüncesi işimi kurmamda çok etkili oldu. İşimi kurmamda çok etkili oldu.	%83	%4,6	%12,4
7. Kendi işimin sahibi olmak özgür olmak demek ve bu duygu beni motive ediyor.	%78,4	%4,6	%16,9
15. Kendi kültürel değerlerime uygun bir iş yapıyorum.	%78,4	%10,8	%10,8
14. Ailem kendi işimi kurmam konusunda büyük destek oldu	%72,3	%4,6	%23,1
18. Kendi işinin sahibi olmak Almanlar arasında saygınlığımı artırıyor.	%70,7	%16,9	%12,4
25. Türk kökenli girişimcilerin sayısının artması, bu ülkedeki Türk topluluğunun gücünü ve etkisini artırıyor.	%69,3	%9,2	%21,5

ifade	Olumlu görüş (Tamamen katılıyorum ve katılıyorum)	Kararsız Tutum	Olumsuz görüş (Katılmıyorum ve Kesinlikle katılmıyorum)
12. Bu ülkede güçlü bir iş ahlakı var ve bu iş sahibi olmayı kolaylaştırıyor.	%64,6	%12,3	%23
10. Bu ülkede herkes için fırsat eşitliği var ve bu da iş kurmayı kolaylaştırıyor.	%61,6	%10,8	%27,7
24. Türk kökenli girişimcilerin sayısının artması kendi topluluklarındaki gençler için olumlu rol modeli oluyor.	%61,6	%15,4	%13,8
22. Yabancı kökenli girişimciler kendi gruplarına olduğu kadar diğer yabancı kökenlilere de iş imkanı sağlıyorlar.	%61,5	%23,1	%15,4
23. Türk kökenli girişimcilerin sayısının artması rekabet gücümüzü artırıyor.	%60	%7,7	%32,3
26. Kendi işimi kurma ve sürdürmeyi bir Alman işletmesinde yüksek ücretle çalışmaya tercih ederim.	%60	%16,9	%23,1
16. Kendi işinin sahibi olmak Türklere arasında saygınlığımı artırıyor.	%56,9	%18,5	%24,7

Değişkenler arasında gerçekleştirilen korelasyon analizi ile birbiri ile en güçlü ilişkiye sahip değişkenler tespit edilmeye çalışılmıştır. Tablo 4.4'de yer alan en güçlü ilişki değerleri farklı nitelikli faktörlerin etkileşimine dikkat çekmesi açısından önemlidir.

Tablo 4.4. Etnik Girişimcilik Ölçeğine İlişkin Anlamlı En Yüksek Korelasyon Değerleri

ilişkili ifadeler	Spearman Korelasyon Değeri	Anlamlılık Düzeyi
23. Türk kökenli girişimcilerin sayısının artması rekabet gücümüzü artırıyor. 25. Türk kökenli girişimcilerin sayısının artması, bu ülkedeki Türk topluluğunun gücünü ve etkisini artırıyor.	0,578	0,000
24. Türk kökenli girişimcilerin sayısının artması kendi topluluklarındaki gençler için olumlu rol modeli oluyor. 25. Türk kökenli girişimcilerin sayısının artması, bu ülkedeki Türk topluluğunun gücünü ve etkisini artırıyor.	0,575	0,000
12. Bu ülkede güçlü bir iş ahlakı var ve bu iş sahibi olmayı kolaylaştırıyor. 25. Türk kökenli girişimcilerin sayısının artması, bu ülkedeki Türk topluluğunun gücünü ve etkisini artırıyor.	0,572	0,000
12. Bu ülkede güçlü bir iş ahlakı var ve bu iş sahibi olmayı kolaylaştırıyor. 24. Türk kökenli girişimcilerin sayısının artması kendi topluluklarındaki gençler için olumlu rol modeli oluyor.	0,571	0,000

Anlamlılık değeri $p < 0,01$ 'dir

Tabloda da görüldüğü gibi özellikle 23-25 ve 24-25 nolu ifadeler arasındaki korelasyon özellikle etnik nedenler arasında güçlü bir ilişkinin olduğunu göstermektedir.

Son olarak anket formunda yer alan demografik ifadelerle etnik girişimcilik ölçeğindeki ifadeler arasında ilişki aranmıştır. Ancak, önermeler ile demografik özellikler ve işletme özellikleri (cinsiyet, yaş, medeni durum, işletmede çalışan kişi sayısı, Almanya’da bulunma süresi, işindeki faaliyet süresi ve işletme sahiplik şekli) arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Burada ilköğretim mezunu olan girişimciler ile lise ve dengi okul mezunu olan girişimcilerin kendi işlerini kurmadan önce başka bir yerde çalışıp deneyim kazanma ifadesi arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($U=136,500$, $p<0.05$) (Tablo 4.5). Sıra ortalamaları dikkate alındığında, ilköğretim mezunu girişimcilerin, lise ve dengi okul mezunu girişimcilerden daha yüksek puan ortalamasına sahip olduğu görülmektedir. Bu bulgu, lise ve dengi okul mezunu girişimcilerin yaptıkları işle ilgili daha önceden kazanmış oldukları deneyimin, ilköğretim mezunu girişimcilerden daha geniş bir deneyim olduğunu göstermektedir.

Tablo 4.5. Deneyim Kazanımının İki Farklı Eğitim Düzeyine Göre Farklılık Testi Sonuçları

Grup	n	Sıra ortalaması	Sıra toplamı	U değeri	P değeri
İlköğretim mezunu	13	39,50	513,50	136,500	0,004
Lise ve dengi mezunu	43	25,17	1082,50		

Faaliyet alanı dikkate alındığında ise, profesyonel hizmetler alanında faaliyet gösteren girişimciler ile gastronomi (lokantacılık, büfecilik, fırıncılık... vb.) alanında faaliyet gösteren Türk kökenli girişimcilerin, müşteri grupları (çoğunlukla Türk müşteri olup olmaması) arasında Tablo 4.6'da de görüleceği gibi Mann-Whitney U testine göre anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($U=88,500$, $p<0.05$). Hizmetler alanında faaliyet gösteren Türk kökenli girişimcilerin, gastronomi alanında faaliyet gösteren Türk kökenli girişimcilerden farklı olarak müşterilerinin daha çok Türklere oluştuğuna işaret etmektedir. Girişimciler bu durumu sözlü ifadelerinde de teyit etmişlerdir. Özellikle profesyonel hizmetler alanında (danışmanlık, tercümanlık, müşavirlik) faaliyet gösteren girişimciler kendilerini çoklukla Türklerin tercih ettiğini ve onlara daha çok hizmet götördüklerini vurgularken; gastronomi alanında faaliyet gösteren girişimcilerden büyük çoğunluğu ise artık kendileri için sadece Türk müşteri çekme düşüncesinin çok eskilerde kaldığını, çok kültürlü bir yapıya sahip olan Frankfurt şehrinde en az Türklere kadar Almanlardan ve diğer etnik kökene mensup kimselerden de yoğun rağbet gördüklerini beyan etmişlerdir.

Tablo 4.6. Müşteri Yapısının İki Farklı Faaliyet Alanına Göre Farklılık Analizi

Grup	n	Sıra ortalaması	Sıra toplamı	U değeri	P değeri
Hizmetler	24	16,19	588,50	88,500	0,001
Gastronomi	18	28,58	514,50		

3. Bulguların Genel Değerlendirmesi

Genel olarak araştırmadan elde ettiğimiz bulgular değerlendirildiğinde, Almanya’da faaliyet gösteren Türk kökenli girişimcileri kendi işlerini kurmaya iten ve teşvik eden nedenlerin çeşitlilik gösterdiğini söyleyebiliriz. Bu nedenler girişimciye özgü bireysel faktörlerden, etnik bağlamda değerlendirilebilecek faktörlerden ve ev sahibi ülkenin koşullarından kaynaklanan farklı faktörlerden ileri gelebilmektedir. Araştırmamızda Türk kökenli girişimcileri girişimciliğe iten ve teşvik eden en önemli faktör olarak girişimciye özgü bireysel faktörlerin ne çıktığı söylenebilir. Bireysel faktörler arasında ise girişimcinin kendi işinin patronu olmayı istemesi ve kendi işinin sahibi olmayı zgr olmak olarak görmesi ön plandadır. Özellikle yıllardır Almanya’da vasıfsız işçi olarak çalışmak, ev sahibi ülkenin diline (Almanca’ya) hâkim olmak konusunda yaşadığı sıkıntılar, işyerinde ayrımcılığa maruz kalmak, st kademelere terfi edememek gibi nedenler bireyleri girişimciliğe yöneltmekte; kendi işinin patronu olma isteğini krklemelemektedir.

Elde edilen bulgulara dayalı olarak Almanya’da yaşayan Türk kökenli etnik girişimcilerin kendi işini kurmaya kalkıştığında; kendi bireysel arzu ve beklentilerini karşılamayı umduğunu, Türk etnik kökeninden gelmiş olmanın avantajlarından yararlanabilmenin önemini kavradığını (başta aile olmak üzere etnik-sosyal ağlardan destek alarak), bulunduğu bölgedeki etnik çeşitlilikten yararlanmanın gerekliliğini anlamış olduğunu ve

ülkedeki sosyal, ekonomik ve politik şartları (talep yönünü) göz önüne aldığını söyleyebiliriz. Diğer bir deyişle burada sözü edilen değişik faktörlerin etkileşiminin, Almanya'daki Türk kökenli girişimcilerin girişimcilik olgusunu açıkladığını söylemek yerinde olacaktır.

Çalışmamızın 2. bölümünde ele aldığımız arz yönlü yaklaşım sadece etnik kaynakların ve sınıf kaynaklarının (bulgularımızdaki bireysel faktörler ve etnik bağlamla ilgili faktörler bu çerçevede değerlendirilebilmektedir) etnik girişimciliği açıkladığını savunmuş, talep yönlü yaklaşım ise etnik girişimciliği açıklamada sadece etnik kaynakların ve sınıf kaynaklarının tek başlarına yetersiz kalacaklarını, bu sebepten ev sahibi ülkedeki sosyal, ekonomik ve politik koşulların da (araştırmamızda ev sahibi ülkenin koşullarından ileri gelen faktörler diye söz edilmiştir) dikkate alınması gerekliliğini dile getirmiştir. Ancak, talep yönlü yaklaşım bu iki yaklaşımın etkileşimine dikkat çekmemiştir. Bu açıdan değerlendirildiğinde elde ettiğimiz bulguların 2. bölümde sözünü ettiğimiz ve arz ve talep yönlü yaklaşımların birlikte ve karşılıklı etkileşim halinde etnik girişimcilik olgusunu açıkladığını savunan Waldinger vd'nin Etkileşim Modeli'ni daha fazla desteklediği söylenebilir.

Diğer yandan araştırma bulgularına ve girişimcilerin sözlü olarak verdikleri beyanlara dayanarak, Almanya'da faaliyette bulunan Türk kökenli girişimcilerin sorunları aşağıdaki gibi özetlenebilir:

- Örgütlenme ve sinerji oluşturma sorunu (etnik ağların tam olarak işlememesi, girişimciler arasında birlikteliğin tesis edilememiş olması nedeniyle
- Ev sahibi ülkenin diline hâkim olamamaktan kaynaklanan devlet teşviklerinden faydalanamama ve finansal destek mekanizmalarından haberdar olamama sorunu.
- Aynı alanda faaliyet gösteren çok sayıda Türk kökenli girişimin aynı bölgede birbirine yakın faaliyet göstermesi ve rekabet yaratmasıdır.

Son olarak araştırmanın en önemli kısıtının dar bir örnekleme yapılmış olması ve farklı ülkelerde faaliyet gösteren Türk kökenli girişimcilerle karşılaştırma olanağının bulunamaması olduğu söylenebilir.

SONUÇ

Genel olarak gelişmiş ülkeler için ve çok sayıda vatandaşı yurtdışında ve özellikle gelişmiş ülkelerde yaşaması sebebiyle ülkemiz için önemi gün geçtikçe artan etnik girişimcilik üzerine yapılan bu çalışma, yabancı bir ülkede faaliyet gösteren Türk kökenli girişimcileri girişimciliğe iten ve teşvik eden temel nedenleri ortaya koymayı hedeflemiştir.

Çalışmamızda etnik girişimcilik bağlamında Almanya’da faaliyet gösteren Türk kökenli girişimciler araştırma konusunu oluşturmuştur. Almanya’nın Frankfurt (Main) Şehri’nde faaliyetlerini sürdüren Türk kökenli 570 girişimden 65’ine ulaşılarak, Türk kökenli girişimcileri girişimciliğe iten ve teşvik eden temel nedenlerin neler oldukları saptanmaya çalışılmıştır. Araştırma sonucunda, Türk kökenli girişimcilerin girişimciliğe yönelmelerinde tek tip nedenlerin etkili görülmediği, birden çok faktörün birlikte ve etkileşim halinde Türk kökenli girişimcilerin girişimciliğe yönelme nedenlerini açıkladığı söylenebilir. Bu bağlamda, Almanya’da yaşayan Türk kökenli bireyleri girişimciliğe iten ve teşvik eden nedenlerin başta bireysel faktörler olmak üzere, etnik bağlamla ilintili faktörlerden ve ev sahibi ülkenin sosyal, ekonomik ve politik yapısıyla ilişkili olan faktörlerden kaynaklandığını söyleyebiliriz.

Diğer yandan, bazı noktaların altını çizmekte de yarar vardır. Etnik girişimcilik konusunda ülkemiz girişimcilik

literatüründe herhangi bir bilimsel yayına rastlanmadığı da dikkate alındığında, olgunun daha iyi anlaşılabilmesi için karşılaştırmalı başka araştırmaların da yapılmasına gereksinim duyulacağı açıktır. Özellikle sadece Almanya’da yaşayan Türk kökenli girişimcileri değil, farklı ülkelerde yaşayan ve iş kuran Türk kökenli girişimcileri incelemek de önemli olacaktır. Almanya’nın yanında (Avrupa’daki Türk kökenli girişimcilerin yaklaşık %70’i Almanya’da faaliyet göstermektedir) Hollanda, Belçika, Fransa, İngiltere gibi ülkelerdeki Türk kökenli girişimcileri de ele alan çalışmaların sayısının artması, etnik girişimcileri girişimciliğe iten nedenlerin daha kapsamlı olarak anlaşılmasını mümkün kılacaktır. Bununla birlikte aynı ülke içinde yaşayan diğer etnik gruplarla (örneğin Almanya’da faaliyet gösteren Yunanlılar, İspanyollar ve/veya İtalyanlar ile) Türkler arasındaki girişimciliğe yönelme nedenleri de karşılaştırılarak etnik farklılıkların irdelenmesi önemli olacaktır.

Etnik girişimciliğin farklı boyutlarının ilerleyen dönemde ilgi çekeceği düşünülmektedir. Etnik girişimlerin sorunlarını, etnik girişimcilikte farklı sermaye türlerinin (özellikle sosyal sermaye, insan sermayesi ve finansal sermaye) etkilerini ve önemini, etnik ağların etnik girişimcilikte ne gibi roller üstlendiğini ve etnik girişimcilerin gerek ana vatanı, gerekse ev sahibi ülkenin ekonomisi için kısa, orta ve uzun vadede ne anlam ifade ettiğini ele alan çalışmaların gerçekleştirilmesi de konuya yönelik stratejilerin geliştirilmesi ve politikaların oluşturulmasına dayanak teşkil edecektir.

KAYNAKÇA

Aktiv İş Rehberi, (2006), Das Türkische Branchenbuch, Rhein Main 2006, İhlas Gazetecilik A.Ş.

ATIAD-KPMG Araştırma Raporu, Almanya ve Avrupa'daki Türk Kökenli Girişimciler 1961-2010, Avrupalı Türk İş-adamları ve Sanayicileri Derneği Yayını, Düsseldorf, (http://www.bteu.de/www.bteu.de/download/turk_kokenli_girisimciler_tr.pdf web adresi üzerinden erişim tarihi 26/11/2006).

Baycan-Levent T., Gülümser A. A., Kundak S., Nijkamp P., Şahin M., (2006), Diversity and ethnic entrepreneurship: Dialogue through exchange in the economic area, Sustainable Development in a Diverse World (SUS.DIV), Position Paper Of Research Task 4.4.

Constant, A., Shachmurove, Y., Zimmermann, K.F., (2005), The Role of Turkish Immigrants in Entrepreneurial Activities in Germany, PIER Working Paper 05-029, Philadelphia.

Cormack J., Niessen J., (2002), Supplier Diversity ,The case of immigrant and ethnic minority enterprises, Background paper prepared for the Transatlantic Round Table on Supplier Diversity, Brussels. Hall, M.-A., (1999), English Caribbean Immigrant Entrepreneurs In Montreal, National Library of Canada, Ottawa, Canada

Kim, S.L., (2006), Black Enterprise In Berlin: Labor Market Integration of Black Immigrants Through Entrepreneurship, Network for European and U.S. Regional and Urban Studies University of California, Irvine and Humboldt University, Berlin, Almanya.

Kloosterman, R., Rath J., (2001), Immigrant entrepreneurs in advanced economies: mixed embeddedness further explored, Journal of Ethnic and Migration Studies, Special issue on 'Immigrant Entrepreneurship' edited by R. Kloosterman and J. Rath, Vol. 27, No.2, pp 189-202.

Kohlmeier, M., Schimany, P., (2005), The Impact of Immigration on Germany's Society, The German Contribution to the Pilot Research Study "The Impact of Immigration on Europe's Societies" within the framework of the European Migration Network, Federal Office for Migration and Refugees Migration and Integration Research Department, Nürnberg, Almanya.

Kontos, M., (2003), Self-employment policies and migrants' entrepreneurship in Germany, Entrepreneurship & Regional Development, 15, 119-135.

Müftüoğlu T., (2004), Girişimcilik, Ed. Odabaşı Y., TC Anadolu Üniversitesi Yayınları No:955, Eskişehir.

Portes, A., Sensenbrenner, J., (1993), "Embeddedness and Immigration: Notes on the Social Determinants of Economic Action.", American Journal of Sociology 93: 1320-1350.

Rath, J., (2006), Entrepreneurship Among Migrants And Returnees: Creating New Opportunities, UN/POP/MIG/SYMP/2006/05, United Nations Secretariat, Turin, Italy.

Razin, E., Langlois, A., (1996), Metropolitan Characteristics and Entrepreneurship among Immigrants and Ethnic Groups in Canada, International Migration Review. V01.30, No.3: 703-727.

Research Perspectives on Migration, (1997), Immigrant Entrepreneurs, ed. David Aranson Vol. 1, No. 2.

Sanders, J., Nee, V., (1996), Social Capital, Human Capital, and Immigrant Self-Employment: The Family as Social Capital and the Value of Human Capital, American Sociological Review, 61:231-249.

Strüder, I.R., (2003), Do concepts of ethnic economies explain existing minority enterprises? The Turkish speaking economies in London, Research papers in Environmental and Spatial Analysis Series 88, Londra, İngiltere.

Şen, F., (2001), Sayıların Diliyle Almanya'da 40 Yıllık Türk Göçü (Kısa Raporlar), Essen, Almanya.

Türkiye Araştırmalar Merkezi Vakfı, (2002), Almanya'da Türkler; Demografik, Sosyal ve Ekonomik Veriler (Kısa Raporlar), Essen, Almanya. Türkiye Araştırmalar Merkezi, (2002), Başarılı Girişimciliğe Giden Yol, Essen, Almanya.

Türkiye Araştırmalar Merkezi, (2005), Almanya'daki Türk Kökenli İşletmelere İlişkin Muhtelif Sayısal Veriler (www.existenzgruender.de web sayfası üzerinden erişilmiştir).

TÜSİAD Basın Bülteni, (2003), Türkiye'de Girişimcilik Özet Bulgular.

Valdez Z., (2002), Ethnic Entrepreneurship: Ethnicity and the Economy in Enterprise, Working Paper 63.

Wilson, K. L., A. Portes (1980). Immigrant Enclaves: An Analysis of The Labor Market Experiences of Cubans in Miami, American Journal of Sociology, 86, pp. 295-319.

Withane, D., (2006), Ethnic Entrepreneurship Survey (18.10.2006 tarihinde internet üzerinden erişilmiş, fakat daha sonra internet erişiminden kaldırıldığı tespit edilmiştir).

Zhou, M., Logan, J., (1989), "Returns on Human Capital in Ethnic Enclaves: New York City's Chinatown.", American Sociological Review 54:809-820.

<http://www.insankaynaklari.com/ikdotnet/icerikdetay.aspx?KayitNo=2867> (Erişim tarihi: 2/3/2007). www.existenzgruender.de (Erişim tarihi: 10/2/2007).

http://www.bteu.de/www.bteu.de/download/turk_kokenli_girisimcil_er_tr.pdf (Erişim tarihi 26/11/2006)

EK: AVRUPA'DA TÜRK GİRİŞİMCİ ÖRGÜTLERİ

	ATASES- Türk-Alman Sanayi Esnaf Federasyonu / Türkischer Unternehmer und Industrieller Föderation		ATDID- Avrupa Döner İmalatçıları Derneği / Europäische Döner Hersteller Verband
	Feilen Str. 23 d 33602 Bielefeld ALMANYA		Provinz Str.21 13409 Berlin ALMANYA
Telefon	0049-521-178525	Telefon	0049 30-4849010
Fax	0049-521-171630	Fax	0049 30-48490120
Mail		Mail	
Web	www.unternehmensgruppe-erdogan.de/kontakt.htm	Web	info@kap-lan.de

	ATIAD- Avrupa Türk İşadamları ve Sanayicileri Derneği / Verband Türkischer Unternehmer und Industrieller in Europa		ATID- Türk Alman İşverenler Derneği / Deutsch-Türkischer Unternehmer
	Wiesen Str.70.A1 40549 Duesseldorf ALMANYA		Wald Str.34 63065 Offenbach ALMANYA
Telefon	0049-211-502121	Telefon	0049 6982-377794
Fax	0049-211-507070	Fax	0049 6982-377795
Mail		Mail	
Web	www.atiad.org	Web	

	ATIS- Avrupa Türk İşadamları ve Sanayicileri Derneği / Türkischer Unternehmer und Industrieller in Europa		ATU -Türk İşadamları ve Girişimcileri Derneği / Arbeitsgemeinschaft Türkischer Unternehmer Und Existenzgründer
	Kaxenburger Str. 365 B2 /13-16A , 1232 Wien AVUSTURYA		Nordkanal Str. 58 20097 Hamburg ALMANYA
Telefon	0043-1-6166915-20	Telefon	0049-40-23687192
Fax	0043-1-6163792	Fax	0049-40-23687193
Mail		Mail	
Web		Web	www.atu-ev.de

	Avrupa Türk Borsacılar ve Yatırımcılar Derneği
	Edith-Stein Str.36 41466 Neuss ALMANYA
Telefon	0049-2131-202771
Fax	0049-2131-202773
Mail	aktien_forscher@hotmail.com
Web	www.avtubyad.de

	Belçika Türk Esnaflar Derneği
	Koolmijnlaan 18 3550 Heusden-Zolder BELÇİKA
Telefon	0032-11-571726
Fax	0032-11-571726
Mail	
Web	www.betiad.com

	BTEU- Avrupalı Türk İşadamları Birliği / Bund Türkisch Europäischer Unternehmer
	Vahrenwalder Str.4 30169 Hannover ALMANYA
Telefon	0049 511-7853767
Fax	0049 511-7853769
Mail	
Web	www.bteu.de

	BUTID- Bulgar-Türk İşadamları Derneği
	189 Rakovski Sofia BULGARİSTAN
Telefon	00359-951-665959
Fax	00359-951-895056
Mail	
Web	

	CDTG- Stuttgart Alman- Türk İş Dostluk Klübü / Stuttgart Club Deutsch- Türkischer Geschäftsfreunde
	Ulmer Str. 289 70327 Stuttgart ALMANYA
Telefon	0049-711- 4204648
Fax	0049-0711- 421019
Mail	
Web	

	DOGIAD- Dortmund Genç İşadamları Derneği / Dortmund Junge- Unternehmer Verein
	Münster Str. 56 44145 Dortmund ALMANYA
Telefon	0049-23161-908501
Fax	0049-2363-357099
Mail	aytekin@t-online.de
Web	

	MÜSIAD- Almanya- Müstakil Sanayici ve İşadamları Derneği-Berlin
	Delbrück Str. 58 12051 Berlin ALMANYA
Telefon	0049 -0- 30-68598598
Fax	0049 -0- 30-68598599
Mail	
Web	www.musiadeuropa.de

	MÜSIAD- Müstakil Sanayici ve İşadamları Derneği-Hannover
	Rudolf Diesel Weg 10 34419 Hannover ALMANYA
Telefon	
Fax	
Mail	
Web	

	Netherlands Turkey Business Association- Hollanda / Nederlands Centrum voor Handelsbevordering
	Postbus 10 2500 Den Haag HOLLANDA
Telefon	0031-70-3442593
Fax	0031-70-3853531
Mail	
Web	

	Polonya Türk İşadamları Derneği
	Ul. Włodarzowska 60A 02-384 Waesaw POLONYA
Telefon	0048-22- 6583183
Fax	0048-22-6687995
Mail	
Web	

	Rijnland Bölgesi Türk İşadamları Derneği / Turkse Ondernemersvereniging Rijnland
	Harteveldweg 2B 2315 Leiden Zuid HOLLANDA
Telefon	0031-71-5420573
Fax	0031-71-5420846
Mail	
Web	

	Türk İşadamları Derneği
	Fertö ür 14 1107 Budapest MACARİSTAN
Telefon	0036-262-96 34 , 262 52 51
Fax	0036-262-66 09
Mail	
Web	

	Romanya Türk İşadamları Derneği / Rumenien Türkische Unternehmer Verband
	B-dul Unirli Nr.73 B1 G3 Bukres ROMANYA
Telefon	0040-1-3237200
Fax	0040-1-3234181
Mail	
Web	doruk@pcnet.ro

	SRL-Transilvanya Türk Romen İşadamları Derneği
	Str. Tarnavei Nr. 5 Brasov, jud.Brasov ROMANYA
Telefon	0040 (268) 327671
Fax	0040 (268) 327671
Mail	
Web	

	DTG- Rheinhessen Alman-Türk Esnaflar Birliği / Deutsch-Türkischer Gewerbebund Rheinhessen
	Stahl Str. 46 65428 Rüsselsheim ALMANYA
Telefon	0049-6142-964090
Fax	0049-6142-964091
Mail	
Web	www.dtgb.de/

	DTU - Türk Alman İşadamları Derneği Unterfranken / Deutsch-Türkischen-Unternehmerverein Unterfranken
	Rudolf-Diesel Str. 29 97424 Schweinfurt ALMANYA
Telefon	0049-9721-60771
Fax	0049-9721-608698
Mail	
Web	

	Türk Mühendisler Birliği
	Münih ALMANYA
Telefon	08121-73492
Fax	08121-76327
Mail	
Web	

	MÜNİH - Genç İşadamları Derneği / Junge-Unternehmer Verein
	Senefeldler Str. 14/4 80336 München ALMANYA
Telefon	0049-89-555452
Fax	0049-89-54506971
Mail	
Web	www.mugiad.com.

	TDU- Türk Alman İşadamları Derneği / Türkisch-Deutsche Unternehmer Verein
	Silcher Str. 13 50827 Köln ALMANYA
Telefon	0049-221-5879084
Fax	0049-221-5879004
Mail	hayati@oenel.com
Web	

	TIAD- Türk İşadamları Derneği Duisburg / Türkische Unternehmer Verein
	Keiser Wilhelm Str.292 47169 Duisburg ALMANYA
Telefon	0049-203-5521588
Fax	0049-203-5521536
Mail	
Web	selguen@gmx.de

	TIAD- Alman Türk İşadamları Derneği Nürnberg / Türkische Unternehmer Verein
	Atelierhof Grossweidenmühle 90419 Nürnberg ALMANYA
Telefon	0049-911-39372919
Fax	0049-911-39372920
Mail	
Web	www.tiad.de

	TIAD- Türk İşadamları Derneği Dobrogea
	Str. I.G. Duca Nr. 45 Constanta ROMANYA
Telefon	0040-241 692841
Fax	0040-241 692841
Mail	
Web	

	TIDAF- Türk İşadamları Avrupa Federasyonu
	Boelcke Str.68 55252 Kassel ALMANYA
Telefon	0049-6134-25920
Fax	0049-6134-259220
Mail	
Web	

	TIDAF- Türk İşadamları Avrupa Federasyonu / Türkische Unternehmer Verbände In Europa
	Bachemer Str.150 50931 Köln ALMANYA
Telefon	0049-221-9129886
Fax	0049-221-9129888
Mail	
Web	www.tidaf.de

	TIKA- Türk Tekstilciler Birliği / Türkisch Textil Bund London
	124-130 Shacklewell Lane, London İNGİLTERE
Telefon	0044-207-2549991
Fax	0044-207-2495324
Mail	kaldorlimited@hotmail.com
Web	

	TITAB- Avrupa Türk Transportçular Derneği / Bund der Türkischen Internationalen Transportfirmen in Europa
	Kochelsee Str.10 81371 München ALMANYA
Telefon	0049-89-7473600
Fax	0049-089-74736022
Mail	
Web	www.titab.com

	TMMB- Türk Mühendis ve Mimarlar Birliği Frankfurt
	Strahlenberger Str. 129 63067 Offenbach-Kaiserlei ALMANYA
Telefon	0049-69-82367990
Fax	0049-69-82367990
Mail	
Web	www.tmmbfrankfurt.de

	TTD - Türk Toptancılar Derneği
	Grossmarkt Stuttgart ALMANYA
Telefon	0049-711-481085
Fax	0049-711-481086
Mail	
Web	

	TUDET- Türk-Alman Tekstil ve Hazırgiyimciler Birliği / Türkisch-Deutscher-Textil- und Bekleidungsverein
	Businesspark, Wiesen Str. 70 40549 Düsseldorf ALMANYA
Telefon	0049-211-502121
Fax	0049-211-507070
Mail	
Web	

	TÜRKİMPORİT- Avrupa Türk Gıda İthalatçuları Birliği / Verband Türkischer Nahrungsmittelimporteure in Europa- Bruxelles
	77, Avenue de la Floride bte 7 1180 Bruxelles BELÇİKA
Telefon	0032-2-37350049-30-31-32
Fax	0032-2-3735033
Mail	
Web	www.mgfood.be

	TÜRKIMPORT- Avrupa Türk Gıda İthalatçıları Birliği / Verband Türkischer Nahrungsmittelimporteure in Europa- Düsseldorf
	Kaiser Str. 23 40479 Düsseldorf ALMANYA
Telefon	0049-211-4981021
Fax	0049-211-4981080
Mail	
Web	

	TÜSİAD EU OFFICE / Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneği
	Avenue Des Gaulois , 13 1040 Bruxelles BELÇİKA
Telefon	0032-2-7364047
Fax	0032-2-7363993
Mail	
Web	www.tusiad.org

	TÖSED-Türk Özel Sektör Dostluk Grubu / Turkish Business Association Brussels
	51 rue d'Arlont 1040 Bruxelles BELÇİKA
Telefon	0032-2-280-26-75
Fax	0032-2-280-18-11
Mail	
Web	www.tosed.org

	UTGA- Uluslararası Türkiye Gelişim Asamblesi
	Achtern Born 82 22549 Hamburg ALMANYA
Telefon	0049-40-86624512
Fax	0049-40-86624511
Mail	
Web	

	VDTUR - Verband Deutsch-Türkischer Unternehmer Ruhrgebiet
	Neudorfer Str. 59 47057 Duisburg ALMANYA
Telefon	0049-2043-682170
Fax	0049-204-3682170
Mail	
Web	

	VTI - Türk Mühendisler Derneği / Verein Türkischer Ingenieure
	Im Lichtenfelde 70 33100 Paderborn ALMANYA
Telefon	0049-5251-63275
Fax	
Mail	
Web	

	TIAD - Türk İşadamları ve Akademisyenler Derneği / Verein Türkischer Unternehmer und Akademiker
	Landgraben Str. 118 90459 Nürnberg ALMANYA
Telefon	0049-911-447143
Fax	0049-911-447189
Mail	
Web	www.tiad.de

	VTI- Türk Mühendisler Derneği / Verein Türkischer Ingenieure-3
	Nord Straße 15a 50733 Köln ALMANYA
Telefon	0049-221-767826
Fax	0049-221-7603972
Mail	
Web	www.vti-koeln.de/

	A.I.B- Avrupalı İşadamları ve Akademisyenler Birliği / Europäischer Arbeitgeber und Akademiker Verband
	echnologie Zentrum Bielefeld Meisen Str. 96 33607 Bielefeld ALMANYA
Telefon	0049-521-2151225
Fax	0049-180-8628250
Mail	
Web	www.aib-bielefeld.de

	BETIAD - Belçika Türk İşadamları Derneği / Turkish Businessmen Association
	Rue des palais 27 1080 Brüksel BELÇİKA
Telefon	003222186723
Fax	003222186724
Mail	
Web	www.betiad.com

	DESBİR - Württemberg Demokratik Esnaflar Birliği / Demokratischer Unternehmerbund in Baden Württemberg
	Neckarwiesen Str.5 70188 Stuttgart ALMANYA
Telefon	0049-711-464222
Fax	0049-711-4895823
Mail	
Web	

	DTI – Alman Türk Sanayici ve İşadamları Derneği / Deutsch-Türkische Industriele und Unternehmerverein
	65183 Wiesbaden, Wilhelm Str. 58-A 65183 Wiesbaden ALMANYA
Telefon	0049611/4038-88
Fax	0049611/4068-42
Mail	
Web	www.contrust24.com

	DTW- Alman-Türk Ekonomi Merkezi / Deutsch-Türkisches Wirtschaftszentrum
	U 6, 16 68161 Mannheim ALMANYA
Telefon	0049(0)621/122998 60-61
Fax	0049(0)621/122998 88
Mail	
Web	www.dtw-mannheim.de

	Hollanda Birlik (Niederlandse Unie) Dranken Groothandel Groep
	Linschoten Str. 32 3044 AW Rotterdam HOLLANDA
Telefon	0031-10-4157347
Fax	0031-10-4376416
Mail	
Web	

	TTPO - Rotterdam Türk Ticaret Geliştirme Ofisi / Türkish Trade Promotion Office
	P.O.Box: 2396 3000 Rotterdam HOLLANDA
Telefon	0031-10-4124212
Fax	0031-10-4136554
Mail	
Web	www.ttpnl.org

	IHZ Duisburg – Uluslararası Ticaret Merkezi / Internationales Handelszentrum
	Kaiser-Friedrich Str. 1 47169 Duisburg-Marxloh ALMANYA
Telefon	0049-203-4814846
Fax	0049-203-4827347
Mail	info@ihz-duisburg.de
Web	www.ihz-duisburg.de

	SATIAD - Sauerland Türk Türk Lüdescheid Türk İşadamları Derneği / Türkische Unternehmer Verein
	Postfach 1782 58467 Lüdescheid ALMANYA
Telefon	0049-2373-170693
Fax	0049-2373-176891
Mail	
Web	www.satiad.com

	TD-IHK- Türk Alman Ticaret ve Sanayi Odası Köln / Türkisch-Deutsche Industrie- und Handelskammer -Unternehmerverband
	Im Mediapark 2 50670 Köln ALMANYA
Telefon	0049-221-5402200
Fax	0049-221-5402201
Mail	
Web	www.tatso.org

	TEWIFO- Türk Avrupa' ılı Ekonomi Forumu Bremen / Kuzevbatı / Türkisch-Europäisches Wirtschaftsforum Bremen-Nordwest
	Am Wall 113 28195 Bremen ALMANYA
Telefon	0049-441-361650
Fax	0049-441-36121099
Mail	
Web	www.tewifo.com

	TÜGIAD- Türk Genç İşadamları Derneği
	Nieuwe Gracht 56 2011 Haarlem HOLLANDA
Telefon	0031-23-5426232
Fax	0031-23-5421582
Mail	
Web	info@webisrehberi.com

	Türk Sanayici ve İşadamları Derneği / Türkischer Industrie- u. Handelsverein Bayern
	Frohsinn Str. 8 86150 Augsburg, Bay ALMANYA
Telefon	0049-0821-3490134
Fax	0049-0821-3491200
Mail	
Web	

	TÜSIAD Almanya Temsilciliği / Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneği Almanya Temsilciliği
	Märkisches Ufer 28 10179 Berlin ALMANYA
Telefon	0049 30-288786300
Fax	0049 30-288786399
Mail	
Web	www.tusiad-de.org

	VTI Aachen - Türk Mühendisler Birliği / Verband Türkischer Ingenieure Aachen
	Augustinenbach 4 52062 Aachen ALMANYA
Telefon	0049-241-805317
Fax	0049-241-8888266
Mail	
Web	

	Verein zur Unterstützung der Selbständigen / İş Hayatı ve Dayanışma Derneği
	Seelberg Str. 23 70372 Stuttgart ALMANYA
Telefon	0049-711-4703990
Fax	0049-711-4703990
Mail	
Web	www.self-ev.de

	MÜSİAD Berlin - Müstakil Sanayici ve İşadamları Derneği
	Delbrück Str. 58 12051 Berlin ALMANYA
Telefon	0049-30-68598598
Fax	0049-30-68598599
Mail	
Web	

	TASIAD- Türk Alman Sanayici ve İşadamları Derneği / Verein Türkisch- Deutscher Industrieller Und Unternehmer
	Goethe Str. 17 80336 München ALMANYA
Telefon	0049-89-555331
Fax	0049-89-555391
Mail	
Web	

	TDU- Berlin Türk Alman İşadamları Derneği / Türkisch-Deutsche Unternehmensvereinigung
	Kurfürstendamm 175 10707 Berlin ALMANYA
Telefon	0049-30-88683055
Fax	0049-30-88550000
Mail	
Web	info@tdu-berlin.de

	UTGA- Internationaler Verein zur Entwicklung der Türkei
	Stolze Str. 15a 63073 OffenbachALMANYA
Telefon	0049-69-893423
Fax	0049-69-893423
Mail	
Web	

	VTI München – Münih Türk Mühendisler Birliği / Verein Türkische Ingenieure
	Fleischer Str. 3 80337 München ALMANYA
Telefon	0049-89-74793682
Fax	
Mail	
Web	

	Türk Alman Management Akademisi / Akademie für Deutsch - Türkische Wirtschaft
	Liesegang 17 40211 Düsseldorf ALMANYA
Telefon	0049-211 - 88 28 38
Fax	0049-211 - 88 28 38 28
Mail	
Web	

	Almanya Türk Toptancılar ve Perakendeciler Birliği
	Gothaer Allee 2 50969 Köln ALMANYA
Telefon	+49-221-93655735
Fax	+49-221-93655739
Mail	
Web	

	ATİS- Avusturya Türk İşadamları ve Sanayicileri Derneği
	Simmeringerhaupt Str. 24 1110 Wein AVUSTURYA
Telefon	+43-1-74040181
Fax	
Mail	
Web	www.atıs-austria.com

	DTI - Alman Türk Sanayici ve İşadamları Derneği / Deutsch-Türkische Industrie- und Unternehmerverein
	Wilhelm Str 58-A 65183 Weisbaden ALMANYA
Telefon	0049-611-4038-88 / 7147918
Fax	0049-611-7147999
Mail	
Web	www.dti-ev.de

	GETIAD-GENT Esnaf Türk İşadamları Derneği
	Wondelgem Str. 111 9000 GENT BELÇİKA
Telefon	0032.9.269.09.99
Fax	0032.9.223.32.86
Mail	
Web	

	TAIE- Institut für türkisch-europäische Beziehungen
	Hospital Str. 111 Haus 7 22767 Hamburg ALMANYA
Telefon	0049-40-3805831
Fax	0049-40-3805728
Mail	
Web	

	DTG – Alman Türk Dostluk Cemiyeti / Deutsch-Türkische Gesellschaft Bayern
	Schmied-Kochel Str. 13/III 81371 München ALMANYA
Telefon	
Fax	
Mail	vorstand@dtg-bayern.de
Web	www.dtg-bayern.de

AKVAM Yayınları

ESEN, Erol (Ed.): **I. Türk-Alman İşbirliği Forumu – Uluslararası Sempozyum / I. Deutsch-Türkisches Kooperationsforum – Internationales Symposium**, Akdeniz Üniversitesi Avrupa Birliği Araştırma ve Uygulama Merkezi (AKVAM) (Yay.), Ankara 2007 (ISBN: 978-975-7666-85-1)

Türkiye-AB ilişkilerinin müzakerelerle birlikte yeni bir döneme girmesinde önemli katkıları olan Almanya ile işbirliği alanlarını konu alan kitap, 16-18 Şubat 2007 tarihlerinde AKVAM'ın öncülüğünde Antalya'da gerçekleştirilen "I. Türk-Alman İşbirliği Forumu – Uluslararası Sempozyum" sonuçlarını içermektedir. Yayın, çok farklı alanlara yayılarak devam eden Türk-Alman işbirliğini geniş bir yelpazede tartışan ve siyasetten ekonomiye, kamudan özel sektör ve sivil toplum kuruluş temsilcilerinden oluşan yaklaşık 30 uzman konuşmacının sunum ve önerilerini kapsamaktadır. Türkiye'de faaliyet gösteren Alman sermayeli işletme yöneticileri ve akademisyenlerle birlikte 250'nin üzerinde katılımcının bir araya geldiği I. Türk-Alman İşbirliği Forumu'nda sunulan tartışma metinleri yanı sıra yayın ayrıca, Türkiye'de ve Almanya'da her iki ülke arasındaki işbirliğini doğrudan destekleyen veya destekleyici faaliyetlerde bulunan kurum ve kuruluşların da iletişim bilgilerini içermektedir. Tartışma metinlerinin sunuldukları orijinal dil olan Türkçe veya Almanca olarak basılmasına özen gösterilen toplam 304 sayfalık yayında, tüm metinlerin ayrıca Türkçe ve Almanca kısa özetleri de bulunmaktadır.

ESEN, Erol; POLAT, Ferihan: Türk Yerel Yönetimlerinin Uluslararası ve Avrupa Birliği Kuruluşları ile İlişkileri, Akdeniz Üniversitesi Avrupa Birliği Araştırma ve Uygulama Merkezi (AKVAM) (Yay.), İstanbul 2007 (ISBN: 978-975-7666-86-8)

Avrupa Birliği'ne uyum sürecinde gerçekleştirilen kamu yönetimi reformlarından en fazla etkilenen ve bu sürece önemli katkılar vermesi beklenen yerel yönetimler, bu yayının konusunu oluşturmaktadır. Özellikle yerel yönetimlerin uluslararası ve AB kuruluşları ile ilişkileri konusunda Türkiye'deki yasal mevzuat, bu kuruluşlara üyelik koşulları ve bu üyeliğin olası katkılarını işleyen kitap, ayrıca yerel yönetimlerin üye olabilecekleri uluslararası işbirliği ağları ve Kardeş Şehir Programı'nın işleyişi konusunda bilgiler içermektedir. AKVAM'ın yayınladığı çalışma ayrıca Bursa Büyükşehir Belediyesi, Yalova ve Nilüfer Belediyelerinin özel katkıları sonucu geliştirilen somut uygulama örnekleri de içermektedir. Toplam 113 sayfadan oluşan yayın ayrıca, uluslararası ve AB kuruluşları ile ilişkilerin geliştirilmesi konusunda önemli katkılar vermesi beklenen Türkiye'deki Belediye Birlikleri'nin de iletişim bilgilerini içermektedir.