

TIMBRO

*Etniskt företagande
som startmotor*

ERFARENHETER FRÅN SOMALISKA FÖRETAGARE I USA

Benny Carlson & Tobias Schölin

TIMBRO • Februari 2016

BENNY CARLSON ÄR professor i ekonomisk historia vid Ekonomihögskolan, Lunds universitet.

TOBIAS SCHÖLIN ÄR gästforskare vid Sten K. Johnson Centre for Entrepreneurship vid Ekonomihögskolan, Lunds universitet.

© Författarna och Timbro 2016

ISBN 978-91-7703-007-2

www.timbro.se

info@timbro.se

Innehåll

Förord av Per Brinkemo	• 4
Inledning	• 6
Lärospån ur litteraturen	• 8
Stöd till invandrarföretagare i USA:s städer	• 11
Somaliskt egenföretagande i USA och Minnesota	• 13
Intervjupersoner och frågor	• 17
Nyföretagarcenter	• 18
Somaliska företagare	• 22
Sammanfattning	• 34
Vad skiljer Minnesota från Sverige?	• 37
Referenser	• 39

Förord av Per Brinkemo

OM MAN BARA har kunskap om ett land blir man lätt hemmablind eller som sociologen Seymour Martin Lipset har uttryckt det: "An observer who knows only one country knows no countries."

Själv upptäckte jag vad Sverige är för ett land i en källare i Rosengård. Jag arbetade tillsammans med personer från Somalia i Somalilandföreningen i Malmö. Vårt självpåtagna uppdrag var bland annat att guida nyanlända in i det svenska samhället. Det var inte helt enkelt. Här var människor från ett samhälle med en kollapsad stat. Den somaliska staten hade dessutom bara funnits i 31 år; i 22 av dem hade landet varit en diktatur. Erfarenheten av myndighetsutövning var därför ytterst begränsad – och nästan alltid negativ.

När somalier kommer till Sverige möter de däremot en av världens äldsta statsbildningar och en majoritetsbefolkning som generellt litar på staten. De kommer till ett genomreglerat samhälle där vägarna till arbete och företagande i hög utsträckning är utstakade av myndigheter och offentliga serviceorgan.

Därtill kommer somalierna även från en utpräglad talspråkskultur till "blanketternas förlovade land". Jag minns från arbetet i Malmö när den somaliska kvinnan Khadra skulle öppna restaurang. All pappers-exercis, alla tillstånd. Och så Fettavskiljningsavtalet som hon var tvungen att skaffa. Varken Khadra eller jag hade någon aning om vad det innebar. Nej, man behöver inte vara invandrad för att gå vilse i byråkratin.

Under mina år i Somalilandföreningen började jag se på Sverige med somaliska ögon. Jag blev matt. Jag insåg allt mer vilka nästintill oöverstigliga hinder många nyanlända ideligen ställs inför.

För egen del tror jag på en robust, välfungerande stat. När staten sköter sina grundläggande uppgifter ges människor möjlighet att se bortom den egna (etniska/religiösa/kulturella) gruppen eller klanen.

Men det innebär inte med nödvändighet att staten bör ha mandat att lägga sig i allting. På detaljnivå vet oftast andra bättre.

År 2006 kom Benny Carlson ut med boken *Somalier i Minneapolis – en dynamisk affär* (Zufi). I Lipsets anda ville han förstå Sverige bättre genom att jämföra med ett annat land. Hur kom det sig att både företagandet och sysselsättningen bland somalier var så mycket bättre i USA? Det var en bok som väckte förhållandevis stor uppmärksamhet i Sverige.

Genom åren har jag haft förmånen att följa Benny på flera resor. Jag var med på ett hörn i rapporten "Företagarnas flykt – somalisk flyttning till England" (Fores, 2011). Vi intervjuade somalier som bott i Sverige, men som flyttat till England och där lyckats starta och driva företag. Frågan vi ställde var: Varför där men inte här?

Ett av många svar uttrycktes spetsfundigt och lite syrligt av en somalisk man; ”Att starta företag i Sverige är som att öppna en fabrik med papper.”

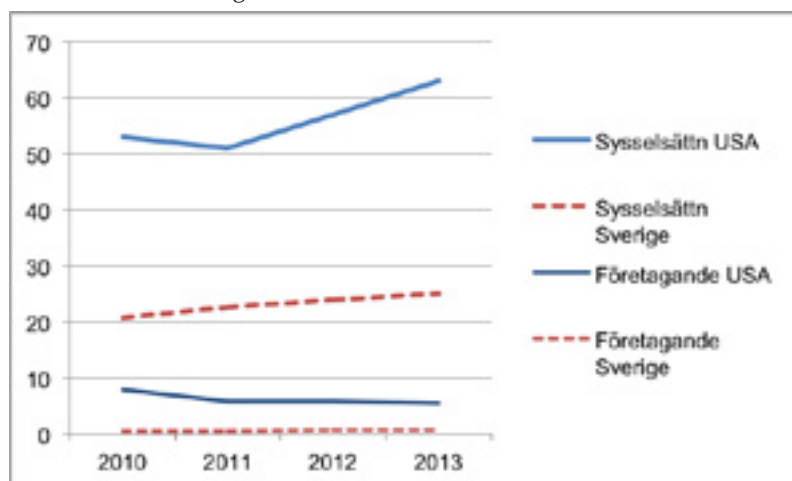
Benny Carlson, i den här rapporten tillsammans med Tobias Schölin, har grävt vidare i frågan om varför somaliskt företagande i Minnesota är så mycket mer framgångsrikt än i Sverige. Han visar med all önskvärd tydlighet att det finns vägar att gå bortom de upptrampade. System som tjänat oss väl, under en viss tid, under andra omständigheter, måste nu ses över. Regleringar som försvårar för människor att utvecklas, behöver förändras. I alla fall om vi menar allvar med ambitionen att inkludera människor från andra länder.

Per Brinkemo,
författare till *Mellan klan och stat*
– *somalier i Sverige* (Timbro, 2014).

Inledning

DET ÄR ETT sedan länge känt faktum att somaliska flyktinginvandrare lyckas mycket bättre med att etablera sig på arbetsmarknaden och som företagare i angloamerikanska miljöer jämfört med i Sverige.² För tio år sedan var sysselsättningen bland somaliafödda i yrkesverksam ålder (16-64 år) dubbelt så hög i USA som i Sverige (55 respektive 25 procent år 2006). Efter några turbulenta år till följd av finanskrisen var skillnaden mellan länderna än större (63 respektive 25 procent år 2013). Andelen företagare bland somaliafödda i samma åldersintervall var närmare sex procent i USA år 2013 medan andelen i Sverige låg på 0,7 procent.³ Utvecklingen i fråga om sysselsättning och företagande i de båda länderna på senare år framgår av figur 1. I Minnesota ligger såväl sysselsättning som företagande bland somaliafödda högre än genomsnittet för gruppen i USA: 2013 var sysselsättningen 70 och företagandet 9 procent.

Figur 1: Andel sysselsatta och egenföretagare (%) bland somaliafödda 16-64 år i USA och Sverige 2010-2013.



Källor: IPUMS och SCB.

Det finns en uppsjö förklaringar till detta sakernas tillstånd. Avsikten i detta arbete är inte att vada genom denna sjö utan att göra en relativt precis djupdykning. Vi vill ge en inblick i somaliafödda företagares

1. Denna rapport har tillkommit inom projektet "Invandrarföretagande och mentorskap – politik och praktik med fokus på somalier i tre länder", finansierat av Familjen Kamprads stiftelse. Rapporten kan, om man så vill, ses som en uppföljare efter tio år till *Carlsons Somalier i Minneapolis – en dynamisk affär* från 2006. Vi vill i första hand tacka följande personer som hjälpt till med logistik och intervjuarrangemang: Bruce Karstadt, Karin Peterson och Bill Beyer, American Swedish Institute, Mihailo Temali och Mulki Hussein, Neighborhood Development Center, och Nasibu Sareva, African Development Center. Delstatsdemografen Susan Brower har hjälpt oss ta fram relevant statistik från IPUMS (<https://usa.ipums.org/usa/cite.shtml>). Bilderna på de somaliska företagarna har tagits av Tobias Schölin, utom i två fall (Abdirahman Ahmed och Yosseph Budle) då de hämtats från hemsidor.

2. Se Carlson (2006) och Carlson, Magnusson & Rönnqvist (2012).

3. Siffrorna från IPUMS i USA och SCB i Sverige.

villkor och strategier i somaliernas metropol i USA, tvillingstäderna Minneapolis och Saint Paul, en inblick som omfattar familjebakgrund, utbildning, yrkeserfarenhet, företagartutbildning, stödsystem och nätverk samt framtidsplaner hos ett antal företagare i olika branscher och med olika ambitionsnivåer, från butiksinnehavaren med en handfull medarbetare till hemvårdsföretaget med flera hundra anställda. Det enkla skälet till att en sådan djupdykning bör vara av intresse är att företagarna är en nyckelgrupp i invandrartäta och ”utsatta” områden genom att de bidrar till att stabilisera områdena ekonomiskt och socialt och genom att de tjänar som förebilder, vägvisare och förmedlare av framtidshopp för inte minst en yngre generation.

Underlaget för rapporten inhämtades hösten 2015 genom intervjuer med företrädare för tre nyföretagarcentrum och åtta somaliska företagare. Intervjupersonerna har inte, som är så vanligt i forskningsrapporter, anonymiserats. Ett syfte med rapporten är nämligen att lyfta fram ett antal individer. Somaliska flyktinginvandrare har något gemensamt – kultur, språk, religion, flykt – men är naturligtvis samtidigt unika individer med skiftande bakgrunder, livssituationer och framtidsplaner. De är inte ansiktslösa och varken bör eller vill behandlas som sådana.

Ju större kulturellt avstånd mellan den etniska gruppen och värdsamhället, desto större behov av etniska produkter och desto större potentiell nischmarknad.



Lärospån ur litteraturen

SOMALIerna är spridda över jorden och har etablerat sig i diasporan – inte sällan i etniska enklaver – på många håll. En intressant fråga handlar om varaktigheten hos dessa etableringar. Ivan Light (2007: 7-8) menar att transnationella etableringar lättare kan upprätthållas i en tid av globalisering och målar upp ett mönster av nav och ekrar (hub and spoke). Transmigranter fortsätter att tala såväl ursprungslandets som destinationslandets språk till skillnad från invandrare som förlorar sitt ursprungliga modersmål inom tre generationer. ”Ekrarna i transmigranternas diaspora kommunicerar med varandra och med diasporans nav på sitt modersmål samtidigt som de gör affärer lokalt på det lokala modersmålet.” Onekligen flödar information och resurser mellan somaliska grupper i diasporan, men navet är illa åtgånget efter en våldsam dikeskörning. Dessutom har de flesta somalier inte levt i diasporan i tre generationer, och frågan om de långsiktigt kommer att bevara sitt modersmål är därför öppen.

En etnisk enklav erbjuder en jordmån där invandrarföretagande och etniskt företagande kan spira.⁴ Traditionellt har sådant företagande betraktats från två håll: Å ena sidan antas invandrare uppvisa vissa kulturellt bestämda drag som medlemskap i starka etniska gemenskaper, vilja att arbeta hårt, sparsam livsstil, hög riskbenägenhet, solidaritet och lojalitet samt orientering mot egenföretagande. Å andra sidan antas strukturella faktorer i värdlandet som diskriminering och trösklar på arbetsmarknaden tvinga invandrare till egenförsörjning. Ett mindre enögt synsätt (enligt modellen ”mixed embeddedness”, förknippad med Kloosterman & Rath 2001) handlar om växelverkan mellan ekonomiska strukturer (lagar, regleringar, sociala förmåner etc.) och etniska gemenskaper på nationell, regional och lokal nivå. I vårt fall kan vi notera att Minnesota har lägre arbetslöshet, generösare välfärdssystem och fler icke vinstdrivande organisationer än de flesta andra delstater i USA, samtidigt som tvillingstäderna Minneapolis och Saint Paul rymmer den största ansamlingen av somalier i Nordamerika.

Volery (2007: 32, 37) fångar teorierna om invandrar-/etniskt företagande i följande nötskal:

Enklavteori och mellanhandsteori utgör de två främsta förklarande ramverken. Etniskt företagande inleds i typfallet när en företagare börjar betjäna andra medlemmar av den etniska gemenskapen och tillgodoser dess särskilda etniska behov ... Processen underlättas när stora etniska grupper bor i geografiskt koncentrerade områden ... I typfallet uppstår möjligheterna när

4. Etniskt företagande definieras av Thierry Volery (2007: 30, efter Waldinger m fl 1990) som ”en uppsättning förbindelser och regelbundna mönster av interaktion bland människor som delar samma nationella bakgrund och migrationserfarenheter”. Begreppet invandrarföretagande hänför sig till människor som invandrat medan etniskt företagande omfattar såväl dem som invandrat som deras ättlingar. Somalierna har därmed varit invandrarföretagare tills helt nyligen, när en andra generation som är född i destinationslandet kan starta företag, varvid begreppet etniskt företagande blir mera passande. De somaliska företagare som figurerar i den här rapporten har emellertid samtliga invandrat till USA.

en ny etnisk gemenskap utvecklas ... Ju större kulturellt avstånd mellan den etniska gruppen och värdsamhället, desto större behov av etniska produkter och desto större potentiell nischmarknad. Men hur stor nischmarknaden än är så är de möjligheter den erbjuder begränsade.

Den somaliska gemenskapen i Minnesota är relativt ny (cirka 25 år gammal) och stor, och den kulturella skillnaden mellan denna gemenskap och värdsamhället, som fått sin historiska karaktär av svenska och norska invandrare, är avsevärd. Man kan därför vänta sig ett omfattande etniskt företagande bland somalier. Nivån på detta företagande påverkas emellertid förmodligen i två riktningar. Å ena sidan är den etniska marknaden stor, å andra sidan har Minnesota traditionellt haft ett jämförelsevis svagt egenföretagande bland invandrare och minoriteter.

Viktiga förutsättningar för företagande är förhållandena på arbetsmarknaden och de barriärer (diskriminering, ingångslöner m.m.) som omger den. "Vanligtvis tillägnar sig invandrare de färdigheter och det kapital som behövs för att starta företag när de är anställda. Därefter, när tidpunkten är den rätta och de känner sig säkra på sin förmåga, tar de steget att etablera sitt eget företag." (Volery 2007: 37) Arbetsmarknaden i Minnesota är stark, sysselsättningen hög, arbetslösheten låg (ca 3,5 procent) och det finns (under goda konjunkturer) många arbeten för invandrare. Den starka arbetsmarknaden kan förmodas påverka benägenheten att starta företag i två riktningar: Å ena sidan ger arbetet möjlighet att ackumulera erfarenhet och kapital. Å andra sidan kan lätt åtkomlig anställning och inkomst minska incitamenten att starta företag. Förekomsten av diskriminering tycks, även om det är svårt att bedöma, vara liten jämfört med många andra delar av USA.

Även om den etniska gruppen är stor så erbjuder den knappast en marknad stor och sofistikerad nog för de företagare som långsiktigt vill se sina verksamheter växa och utvecklas:

Efter ett tag kan de etniska företagen börja växa genom att engagera sig i affärer med företagare från andra etniska grupper. När de nått en kritisk massa och blivit accepterade av den infödda befolkningen kan de bli livskraftiga och respekterade företag genom att i stor skala expandera sina affärer med den lokala befolkningen. (Volery 2007: 33)

I vilken mån denna expansion in i huvudfåran förekommer beror bland annat på företagarnas utbildning och inställning och på fördomarna (benägenheten att diskriminera) hos den infödda befolkningen. Informationsflödet inom den egna gemenskapen, som är av stor betydelse så länge företagaren verkar inom sin etniska nisch, kan begränsa hans eller hennes horisont. Företagaren måste i så fall bryta sig ur denna cirkel och tillägna sig information från andra källor eller följa i fotspåren på någon som redan brutit cirkeln. Man kan också, som Basu (2010) påpekar, skilja mellan utbrytning (break out) och genombrott (break through). Det går att åstadkomma genombrott utan utbrytning om fö-

retagaren kan vidga verksamheten på den etniska marknaden till större geografiska områden, till nationella eller internationella arenor.

Invandrar- och etniska företagare möter som bekant många hinder – språksvårigheter, bristande kunskap om det nya landets regleringar och företagskultur, mördande konkurrens, svårigheter att få banklån. ”En nästan universell reaktion från regeringarnas sida på de utmaningar som möter etniska småföretagare är att etablera program för stöd och rådgivning. Många stora etniska gemenskaper har också etablerat företagarföreningar och etniska handelskammare som erbjuder stöd till sina medlemmar.” (Dyer & Ross 2007: 117)

Linda Dyer & Christopher Ross (2007: 117-118) pekar på att det finns få studier om förhållandet mellan etniska företag och organisationer som erbjuder stöd. Och vidare: ”Vi känner inte till någon studie i litteraturen om småföretagande ... som specifikt jämför nyttan av att ha en företagsrådgivare inifrån (till skillnad från utifrån) företagarens egen etniska grupp.” De ställer därför frågor om det finns någon särskild fördel för den etniska företagaren att få information och råd från någon som tillhör samma grupp och om statligt finansierade etnocentriska program är effektiva medel för att stödja etniska gemenskaper. Studier om stöd till företagande pekar på att ”etniska företagare sällan söker hjälp och råd från mainstream-institutioner. De tenderar att undvika stödorgan som handelskammare, affärsbanker och offentligt finansierade institutioner ...”

Stöd till invandrarföretagare i USA:s städer

INVANDRARFÖRETAGARNA UTGÖR 12-13 procent av samtliga företagare i USA, vilket motsvarar andelen utrikesfödda i landet. I en rapport om hur amerikanska städer förhåller sig till invandrarföretagande konstaterar Marie Price & Elizabeth Chacko (2010: 100) att ”många städer över hela Amerika har intagit en nyliberal hållning enligt vilken det är en klok utvecklingsstrategi att attrahera invandrare, särskilt utbildade sådana. Enligt denna logik ses invandrare som katalysatorer för långsiktig tillväxt.”

Den amerikanska federala myndighet som svarar för stödet till småföretagande är U S Small Business Administration (SBA), bildad 1953 för att ”så långt möjligt bistå, råda, stödja och skydda småföretagens intressen”.⁵ SBA har en rad kontor, sorterade under funktioner som rättshjälp, kontrakt, rådgivning och träning, katastrofhjälp, finansiellt stöd, internationell handel, företagsledning samt kontor för kvinnor, urinvånare (indianer), krigsveteraner och tros- eller gemenskapsbaserade initiativ. Tio regionala kontor täcker ett antal delstater vardera. I varje delstat finns sedan ett eller flera distriktskontor.

SBA samarbetar med en rad andra organisationer för att erbjuda rådgivning, mentorskap och utbildning åt småföretagare. En av de viktigaste organisationerna är SCORE, en icke vinstdrivande organisation, bildad 1964, finansiellt uppbackad av en rad storföretag, och med hundratals kontor och tusentals affärsrådgivare över hela USA. För invandrare och minoriteter finns Minority Business Development Agency (MBDA), en myndighet bildad 1969 som sorterar under det federala handelsdepartementet (U S Department of Commerce). Även MBDA har kontor i de flesta delstater.⁶

Price & Chacko (2010) identifierar fyra vägar längs vilka städernas myndigheter och organisationer ger stöd till invandrarföretagande: Uppsökande verksamhet, tillgång till kredit, service på många språk och information om lagar och regler. De redovisar statistik över egenföretagandet i 14 amerikanska storstadsområden och konstaterar att Minneapolis 2005–07 låg sämst till med ett egenföretagande bland infödda på 5,7 procent, bland utlandsfödda på 3,6 procent och bland födda i Afrika på endast 1,7 procent. Samtidigt redovisar de båda författarna flera olika initiativ från just Minneapolis: Biblioteken i Hennepin County erbjuder information på olika språk om det stöd som finns att tillgå för småföretagare. Neighborhood Development Center (NDC) har bidragit till utvecklingen av affärslivet längs Lake Street och er-

5. <https://www.sba.gov/about-sba/what-we-do/history> (hämtad 2015-04-23).

6. Problemet med organisationer som SCORE och MBDA är, om man är intresserad av att skaffa information om egenföretagandet i enskilda etniska grupper, att de inte registrerar deltagarnas nationella ursprung och att all information om deltagarna är konfidentiell.

bjuder utbildning på fem språk (bl.a. somaliska). African Development Center (ADC) hjälper afrikanska invandrare på företagstraven.

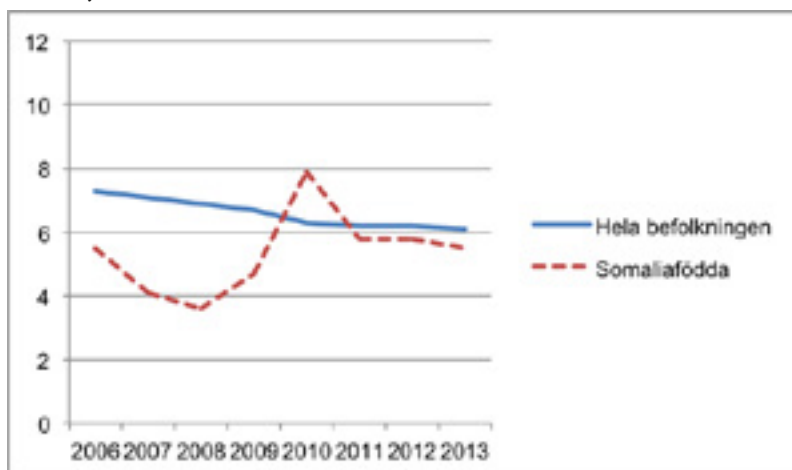
Minneapolis stad har en särskild "förbindelsetjänsteman" anställd för att hantera relationerna mellan staden och olika östafrikanska invandrargrupper, inte minst somalier. Han heter Abdirashid Ahmed och ser företagande som en bättre väg framåt för många än anställning. Han har övertygat staden om att erbjuda räntefria lån till individer med muslimsk bakgrund som vill starta företag. "Vi försöker övertala befattningshavare att ge pengar till organisationer som ADC. Många somalier saknar emellertid rätt kunskap och erfarenhet för att driva företag. Myndigheterna slår ibland ner på företagarna och hävdar att de agerat bedrägligt när det bara handlar om misstag."

Somaliskt egenföretagande i USA och Minnesota

ENLIGT AMERICAN COMMUNITY Survey (ACS, treårsskattningar 2011-13) lever 81 200 somaliafödda i USA. Antalet med somaliskt ursprung, inklusive barn födda i USA, uppgår till 125 100. Det handlar om en mycket ung befolkning. Hela 45 procent av somalierna är under 17 år och medianåldern är endast 21 år. Detta kan jämföras med hela den amerikanska befolkningen där 24 procent är under 17 år och medianåldern är 37 år.

Andelen egenföretagare i den amerikanska befolkningen 16-64 år utgjorde 2013 (enligt IPUMS) 6,1 procent och bland somaliafödda 5,5 procent. Somalierna har alltså nästan samma benägenhet att driva företag som den övriga befolkningen.⁷

Figur 2: Andel egenföretagare (%) i hela befolkningen och bland somaliafödda 16-64 år i USA 2006-2013.



Källa: IPUMS.

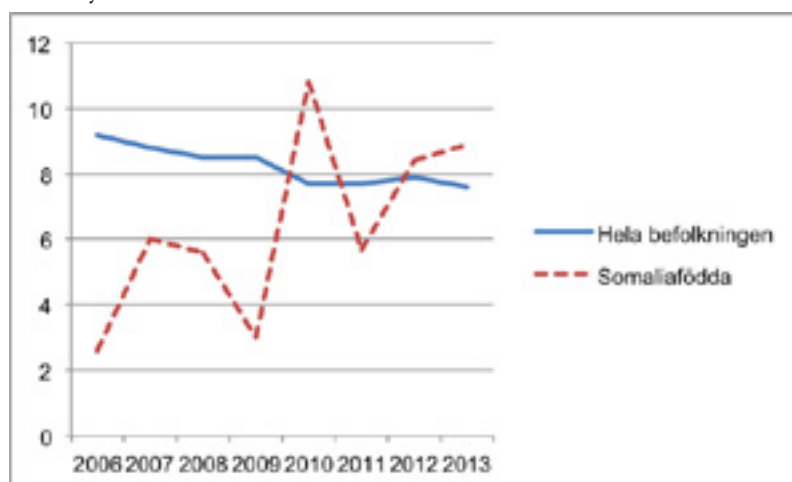
I Minnesota fanns vid samma tid enligt ACS 23 600 somaliafödda och 38 870 individer med somaliskt ursprung, vilket innebär att omkring 30 procent somalierna i USA bor i denna delstat. Andelen under 17 år och medianåldern för somalier är densamma som i hela USA. Enligt somaliska källor är antalet somalier i USA och Minnesota mycket högre än vad som framgår av den officiella statistiken. På frågan om antalet somalier i Minnesota svarar delstatsdemografen Susan Brower att "53 000 är min bästa gissning".⁸

7. Felmarginalen för den somaliska gruppen är betydande: 3,7 – 8,3 procent.

8. Browsers gissning utgår från dem som enligt ACS är födda i Somalia eller uppger somaliskt ursprung samt barn till dessa. Den siffra hon på så sätt får fram ligger mycket nära den siffra som blir resultatet av en kalkyl byggd på antalet skolbarn som uppger att de talar somaliska i hemmet.

Andelen egenföretagare i Minnesotas befolkning 16-64 år utgjorde 2013 (enligt IPUMS) 7,6 procent och bland somaliafödda 8,9 procent. Felmarginalen är naturligtvis för en mindre grupp i en enskild delstat mycket betydande, vilket framgår av den ”skakiga” utvecklingskurvan för somaliafödda i figur 3.⁹

Figur 3: Andel egenföretagare (%) i hela befolkningen och bland somaliafödda 16-64 år i Minnesota 2006-2013.



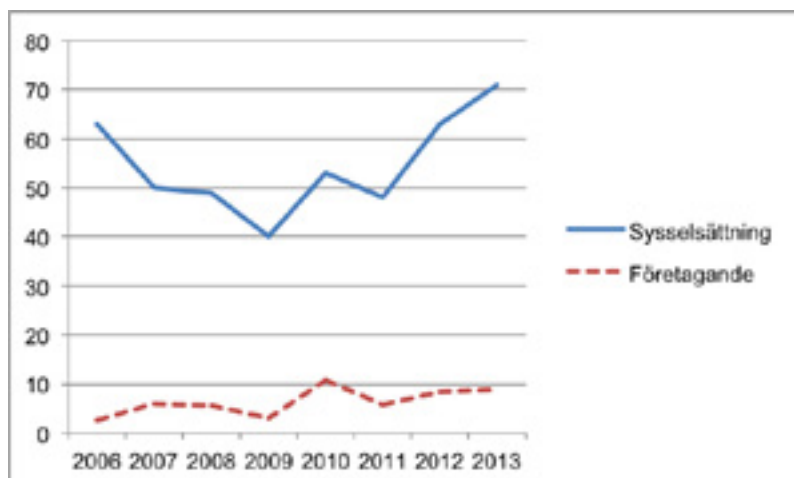
Källa: IPUMS.

De mest robusta förklaringarna till invandrares ekonomiska integration i ett nytt land är tid i landet och utbildning. Finns det några skillnader mellan somaliafödda i Minnesota respektive hela USA i dessa båda avseenden? Knappast. Somalierna i Minnesota har varit något längre tid i landet jämfört med somalierna i hela USA (40 procent kom före år 2000 jämfört med 38 procent i hela USA) och de har något lägre andel högutbildade (12 procent med kandidatexamen eller mer jämfört med 14 procent i hela USA).

En intressant fråga är hur sysselsättning och företagande samvarierar. Leder minskad sysselsättning till ökat (levebröds)företagande och ökad sysselsättning till att sådant företagande avvecklas? Vad gäller somaliafödda i Minnesota verkar, enligt tendenserna i figur 4 (bortsett från det första året), så inte vara fallet. Figuren demonstrerar för övrigt hur kraftigt sysselsättningen påverkades av ”den stora recessionen”.

9. Felmarginalen för 2013 är 4,3 – 17,6 procent.

Figur 4: Andel sysselsatta och egenföretagare (%) bland somaliafödda 16-64 år i Minnesota 2006-2013.



Källa: IPUMS.

Den mest ingående informationen om somaliskt företagande i Minnesota återfinns i ett par artiklar av sociologiprofessorn Elizabeth Heger Boyle och hennes medarbetare Shannon Golden och Yasin Jama. Trion kunde identifiera 375 företag ägda av somalier i storstadsregionen Twin Cities. De gjorde djupintervjuer med 90 somaliska företagare och en kontrollgrupp med 45 infödda företagare (lokaliserade närmast vartannat somaliskt företag).

Golden m fl (2010: 45) fann bland annat att fler av de somaliska företagarna jämfört med kontrollgruppen var ”inbäddade i nära sociala relationer”, mer beroende av sina verksamheter och hade fler människor beroende av sina företag; i genomsnitt avsatte de en fjärdedel av sina inkomster till familj eller andra somalier i andra länder. Ungefär två tredjedelar av de somaliska företagarna var verksamma i grossist- eller detaljhandel och en tredjedel i serviceverksamheter. Detta kan tyda på ”att somaliska konsumenter har unika behov som inte tillgodoses av andra, icke-somaliska återförsäljare, eller det kan tyda på att somaliska företagare verkar på en mättad marknad”. (Golden m fl. 2010: 46)

Föga överraskande hade affärer i somaliska köpcentrum lägre intäkter än affärer längs affärsgator, och företag ägda av kvinnor lägre intäkter än affärer ägda av män (förhållanden som samspelar eftersom fler kvinnor än män är verksamma i köpcentrum). Över 90 procent av somalierna kände (av religiösa skäl) obehag inför tanken att låna pengar mot ränta men bara hälften hade upplevt finansiella hinder när de startade sina företag; däremot upplevde 90 procent finansiella hinder för expansion av företagen. Bland somalierna rapporterade endast en (1) person diskriminering som ett hinder för att starta företag. Nästan alla hade startat företag därför att de trodde att företagande skulle generera bättre inkomster än att vara anställd.

I intervjuerna ingick också frågor om information och stöd till företagare. 40 procent av somalierna hade fått någon form av utbildning i

företagande mot 62 procent i kontrollgruppen men skillnaden mellan män (56 procent) och kvinnor (15 procent) var stor. Somalierna kunde emellertid lika ofta (i ca 60 procent av fallen) som de infödda diskutera sina problem med andra företagare men också här hade männen (69 procent) försteg framför kvinnorna (46 procent). Hela 84 procent sade sig vara intresserade av att delta i något slags företagarforum där de skulle kunna utbyta idéer och erfarenheter.

Trots att alla de somaliska företagare vi talade med förklarade att de ville expandera sina verksamheter de närmaste åren, hade mindre än hälften en klar uppfattning om hur det skulle gå till, samtidigt som mer än två tredjedelar av kontrollgruppen hade specifika tillväxtplaner. Denna skillnad kan tyda på att somaliska företagare har mindre tillgång än infödda företagare till resurser som kan hjälpa dem att planera för framgångsrikt företagande på lång sikt. (Golden m fl 2010: 50)

Författarnas slutsats är därför (s 51) att ”ökad tonvikt bör läggas på att stödja företagarutbildning inriktad mot de somaliska företagarnas särskilda behov” och att ”nätverk som kan ge somaliska företagare kontakt med andra företagare skulle erbjuda ett välkommet forum för utbyte av idéer och perspektiv”.

I en uppföljande artikel, byggd på intervjuer med samma urval av somaliska och infödda företagare, tar de tre författarna (Golden m.fl. 2011: 97-98) på nytt upp lärandetråden:

Det är goda nyheter att somaliska företagare talar med andra företagare i samma omfattning som medlemmarna i kontrollgruppen ... Extra goda nyheter är att somaliska företagare längs affärsgator är mer benägna att prata med andra företagare än kontrollgruppens företagare. De dåliga nyheterna handlar om företag i köpcenter. Medan 72 procent av företagare längs affärsgator regelbundet talar med andra företagare är bara 46 procent av företagare i köpcenter involverade i sådan aktivitet --- När det gäller mer formella nätverk hade de somaliska företagarna i vårt urval mindre sannolikhet att ha fått utbildning, som workshops eller seminarier, med anknytning till företagande.

Ur artikeln kan också utläsas i vad mån de somaliskägda företagen är inriktade på en etnisk marknadsnisch. I genomsnitt är 74 procent av deras kunder somalier. Bland företag i somaliska köpcentrum är andelen somaliska kunder föga överraskande högre (82 procent) medan den följaktligen bland företag längs affärsgator är lägre (68 procent).

Intervjupersoner och frågor

FÖR ATT KOMMA några nyföretagarcentrum och somaliska företagare i Minnesota närmare in på livet besökte vi i september 2015 tvillingstäderna Minneapolis och Saint Paul. Vi intervjuade ledande företrädare för Neighborhood Development Center (NDC) i Saint Paul och African Development Center (ADC) och Meda i Minneapolis. Vi lät dem berätta om sina verksamheter och ställde en del spontana uppföljningsfrågor. Genom dessa företrädare fick vi kontakt med åtta somaliska företagare, ett stickprov som intervjuades med hjälp av följande frågeställningar.

- Personuppgifter: Kön, ålder, civilstånd, barn, boende.
- Personhistorik i Somalia och andra länder: Affärstradition i familjen, utbildning, yrkeserfarenhet, migrationshistorik.
- Personhistorik i USA: Utbildning, yrkeserfarenhet, ankomst till Minnesota.
- Företagarhistorik i USA: Motiv för att starta företag, affärsidé, kunder, kapital, anställda, lokal, intäkter, konkurrens, syn på regleringar och skatter.
- Källor till information och lärande.
- Framtidsplaner.

Intervjuerna genomfördes så att intervjupersonerna under en eller halvannan timme fick berätta sin livshistoria och därefter ställde vi kompletterande frågor för att få svar på sådant som inte framgick av deras berättelser. Fullständiga svar i alla avseenden gick av tidsbrist – företagare lever under tidspress – inte att utvinna.¹⁰ Det är värt att notera att alla spontant började sin berättelse med ankomsten till USA. Året för ankomsten till det nya landet utgjorde på sätt och vis år noll i deras liv. Dessutom tog flera intervjupersoner oombett upp två teman: sociala projekt och den amerikanska miljöns allmänna fruktbarhet för invandrarföretagare. De sociala projekten kom efter första intervjun att ingå i våra uppföljningsfrågor.

10. En komplettering i efterhand via e-post gav ett magert resultat.

Nyföretagarcenter

NEIGHBORHOOD DEVELOPMENT CENTER (NDC) i Saint Paul och African Development Center (ADC) i Minneapolis är framträdande centrum för utbildning av och stöd till invandrar- och minoritetsföretagare. NDC riktar sig till hela spektrumet av invandrare och minoriteter, ADC till främst somalier. Dessutom finns Meda i Minneapolis, som riktar sig till ”färgade” företagare men som normalt hänvisar somaliska företagare till ADC.

Mihailo Temali & Mulki Hussein, NDC

Mihailo ”Mike” Temali är grundare och ledare av NDC.¹¹ Han är mycket energisk och talför. Hans pappa stred först mot nazisterna och därefter mot Tito i Jugoslavien. Hans mamma kom från Danmark.¹²

Mulki Hussein arbetade till en början i NDC och ADC men flyttade sedan till Danmark och arbetade inom olika projekt med utbildning och coachning av somalier åren 2006-14. ”I Europa går mycket pengar till olika projekt”, konstaterar hon, ”men inte till de rätta åtgärderna så att människor kan ta sig ur fällan.” Hon är numera kontraktsanställd av NDC.

NDC erbjuder ett fyrstegsprogram för hur man gör ”business” i Amerika: 1) Undervisning mot avgift (”ingen investering, inget resultat”) enligt en plan översatt till somaliska och spanska. 2) Mikrolån; centrumet har egna pengar och erbjuder islamiskt accepterad utlåning sedan 2001. 3) Fortlöpande ”teknisk” assistans på elva olika språk om juridik, redovisning m m. 4) Inkubatorsverksamhet på bl.a. Midtown Global Market.¹³ Under programmets gång sällas agnarna från vetet. Endast en fjärdedel av dem som tar första steget startar företag. Inte desto mindre kan man skryta med att 500 företagare som genomgått programmet är verksamma i delstaten med sammanlagt omkring 2 300 anställda.¹⁴

NDC arbetar enligt modellen nav och ekrar (hub and spoke). Olika etniska organisationer mobiliserar egna företagaraspiranter. NDC ersätter dem för undervisningen. Varje organisation får äran för sitt arbete. Den legendariske Hussein Samatar arbetade åren 2001-03 för NDC

11. Temali utarbetade dessutom för många år sedan (2002) en omfattande handbok med strategier och verktyg för att utveckla eftersatta områden.

12. Temalis livshistoria berättas i Heergaard (2008: 53-75).

13. Midtown Global Market är ett mångkulturellt köpcentrum på East Lake Street i Minneapolis. Det öppnade 2006 i en byggnad som tidigare tillhört Sears.

14. Utöver de finansiella tillskott företagarna ger i form av löner, betalningar till underleverantörer, skatter och hyror bidrar de på många andra sätt till sina närområden. Enligt en rapport från Wilder Research 2012 uppgav 87 procent av företagarna att de tjänade som förebilder för unga, 70 procent att de bidrog med tid och pengar till lokala evenemang, 47 procent att de var verksamma som ledare för grupper eller föreningar och 60 procent att deras företag tjänade som samlingsplats i grannskapet.

och satt i centrumets styrelse. Han startade ADC som den somaliska ekern i hjulet men intog därefter en helt fristående ställning.¹⁵

Mike lägger gärna ut texten om vikten av att underlätta företagandet i etniska enklaver:

Det gäller att öppna möjligheter i de områden där människor lever, att visa på de möjligheter företagande ger. Dessa företagare är mycket synliga och skickar ett tydligt budskap till sin egen befolkningsgrupp och till befolkningen i allmänhet: Vi kan göra detta, vi delar med oss av vår kultur, våra matvanor etc. Vi betalar skatt och hyra och anställer människor. Det är magiskt. Det måste ske i stor skala.

Mike förklarar varför det är viktigare att få många småföretagare på banan än att locka till sig ett storföretag som t.ex. Ikea. Småföretagarna anställer många landsmän och skapar stabilitet. Ett storföretag kan när som helst flytta till en annan delstat eller ett annat land.

NDC lade 2014 ner 8 000 timmar på personlig rådgivning där man analyserar företagares problem och sätter in expertis (egen eller inhyrd) kostnadsfritt för att lösa dem. Det kan gälla juridik, redovisning, leverantörs- eller personalfrågor, grafisk design, restaurangskötsel etc.

Centrumet har också 130 hyresgäster i en egen fastighet och har alltså egenintresse av att hjälpa dessa så att de kan betala sina hyror. Man vräker inte hyresgäster som inte lyckas betala sina hyror så länge de anstränger sig och ”uppträder ansvarsfullt”. ”Vi tar större risker än de flesta non-profits i det här landet.”

NDC har totalt 67 olika inkomstkällor. Huvudposterna i budgeten på 2,5 miljoner dollar för 2016 är följande (i tusentals dollar): Donationer från företag och stiftelser (880), donationer från enskilda individer (225), offentliga bidrag (628), förvärvsinkomster (283), avgifter från företagare (85), kontrakt (174), fastighetsintäkter (245). Målet är att nå en ”självförsörjningsgrad” på 33 procent. Att ha många inkomstkällor ger naturligtvis visst oberoende. Man kan tacka nej – och gör det också – till finansörer som ställer krav som inte är förenliga med centrumets värderingar.

Vad är det då, enligt Mike Temalis gedigna erfarenhet, som skapar en framgångsrik företagare?

De flesta – mellan 60 och 70 procent – av de företagare som utbildas vid NDC är vad Temali kallar ”livsstilsföretagare”. Deras ambition är att kunna betala räkningar, köpa hus och uppfostra sina barn. De har inte tillräckligt bra idéer, kunskaper eller ambitioner för att skapa växande företag. De företagare som är tillväxtorienterade karakteriseras av att de har ambitionen att expandera, att de har en affärsidé som går att ”skala upp” och att de är öppna för rådgivning. ”Det innebär inte att de har fel och vi rätt, men de måste vara beredda att ta råd från många olika håll och använda dem på ett intelligent sätt.”

En framgångsrik företagare karakteriseras enligt Mike av de fyra C som bankerna brukat använda för att bedöma låntagare: credit (kre-

15. Om Samatar, se Heergaard (2008: 23-34).

dit), collateral (säkerhet), capacity (förmåga) och character (karaktär). Att bedöma karaktär är numera olagligt, eftersom det har använts för att diskriminera låntagare, men spelar ändå i praktiken en roll. Mike betonar också nödvändigheten av att lägga vikt vid alla pinnar på företagarstegen, inte bara de översta. Hjälper man inte dem på de nedersta stegen blir det inga företag på de översta. Utbildning i all ära, men den springande punkten heter engagemang – ”viljan att arbeta, att ta risk, att ta råd, att uthärda svårigheter”.

De flesta företagare som NDC arbetar med börjar i en etnisk nisch, där de har en konkurrensfördel i form av kulturell kompetens och förtroende. De framgångsrika företagarna lär sig efter hand att manövrera från nischen till huvudfåran (mainstream).

NDC:s modell är på väg att etableras på nationell nivå, i Detroit, Philadelphia, New York, New Orleans. Tanken är att centrumet i Saint Paul ska utgöra navet – samla in data, generera resurser, sprida information – och centrumen i övriga städer ekrar. Modellen är sedan tre år etablerad i Detroit.

Nasibu Sareva, ADC

Nasibu Sareva efterträdde Hussein Samatar som ledare för ADC efter dennes förtidiga död 2013.

Nasibus erfarenheter av ADC:s klientel bekräftar vad som verkar ganska självklart: Lågutbildade tenderar att ägna sig åt företagande inom den egna gruppen, högutbildade följer instruktioner bättre och tänker oftare ”utanför boxen”. Det finns dock företagare som aldrig gått i skolan men som lärt sig affärsmetoder av sina föräldrar och som har lyckats väl. Nasibu betonar vikten av att den nyanlände börjar med en anställning. Det tar normalt fem år att lära sig språket och skaffa erfarenheter så att man kan starta företag.

Den första generationen somaliska invandrare vill ofta föra vidare somaliska värderingar till sina barn, och bland de yngre finns det många som vill starta företag, inte så mycket för företagandets skull som för att skapa sysselsättning i den egna gruppen.

ADC:s ambition är att hjälpa företagare nå en nivå där de kan låna i bank; därefter behövs inte ADC längre. ”När de har nått andra stadiet hänvisar vi dem till andra institutioner/banker men de vill gärna komma tillbaka till oss och vi fortsätter att ge dem råd.” Dessa etablerade företagare har förmåga att betala för sig. ”Vi planerar att starta ett for-profit servicecentrum med konsultverksamhet inom redovisning, finansiering etc. på högre nivå för att öka våra egna inkomster.”

Jean Jordet, Meda

”Medas existens grundas på övertygelsen att entreprenörskapets principer kan användas för att skapa social nytta”, heter det i inledningen

till Medas årsredovisning för 2014 och nyckelorden lyder: ”Att hjälpa färgade företagare att LYCKAS och samhällen att VÄXA.”

Meda bildades 1971 av ledare i privata företag som ett svar på 1960-talets sociala oro och tecken på att olika minoriteter hamnat på efterkälken. Frågan lød: Hur kan vi sprida välstånd? Och svaret blev: Genom företagande!

”Vi serverar minoriteter”, förklarar Jean Jordet, en vänlig kvinna med svensk anknytning som är chef för Medas konsult- och finansieringsverksamhet. ”Vi” är en stab på mellan 25 och 30 personer, varav rådgivarna är pensionärer i åldern 55 till 78 år med stor erfarenhet av företagsledning och finansiering.

Deltagarna kan få upp till 300 timmars gratis rådgivning och kan låna ur en fond på 8 miljoner dollar; utlåningen sköts dock av reguljära banker så att deltagarna kan skaffa sig kredithistorik. Verksamhetens fokus ligger på etablerade företagare med en inkomst på mer än en miljon dollar.¹⁶ I hela Minnesota finns 41 000 minoritetsföretagare, av vilka omkring 3 000 har anställda. Meda har på ett eller annat sätt kontakt med ungefär hälften av dessa. Somaliska företagare hänvisas dock normalt till ADC.

16. Skillnaden i genomsnittsinkomst mellan ”vita” och ”färgade” företagare är enligt Jan Jordet mycket stor – 490 000 dollar i förra fallet, 86 000 i det senare.

Somaliska företagare

NÅGRA UPPGIFTER OM de åtta företagare som intervjuats finns samlade vid företagens namn i tabell 1. Företagen har rangordnats i storleksordning efter antalet anställda.¹⁷ Med hybrid menas företag som är inriktade på såväl den somaliska gruppen som en allmän kundkrets (mainstream). Kolumnen ”sociala projekt” fordrar en förklaring. Frågan huruvida företagen inte bara är vinstdrivande utan också bedriver icke-vinstdrivande sociala eller kulturella projekt vid sidan om (baserade på inkomster från företagen) fanns som sagt inte med i vårt ursprungliga frågebatteri men kom spontant upp i samtalen/intervjuerna. Kombinationen av vinstdrivande och icke vinstdrivande verksamheter är i själva verket en av de mer intressanta sidorna av somaliskt företagande.

Tabell 1: Somaliska företagare i Minnesota

Företag	Verksamhetsort	Anställda	Etnisk nisch	Hybrid	Main-stream	Sociala projekt
HealthMax	Minneapolis, St Paul, Blaine, St Cloud	200			X	X
Ultimate Health Care	Minneapolis	107			X	X
Afro Deli & Grill	Minneapolis, St Paul	26		X		X
Safari Center	Minneapolis	20		X		X
Sannag Restaurant	Minneapolis	18	X			X
Cedar Riverside Child Care	Minneapolis	15	X			
Afriq Grocery	Minneapolis	8	X			
Midwest Auto Repair	Minneapolis	5		X		

Vi övergår nu till att redovisa intervjuerna med de åtta företagen och börjar längst ner i listan.

17. Rangordningen är approximativ eftersom det inte har varit möjligt att omvandla arbetsstyrkor med varierande antal deltidsanställda till ”heltidsekvivalenter”.

Mohamud Ali, Midwest Auto Repair

Mohamud växte upp i Mogadishu men hann aldrig ta gymnasieexamen. Han levde i Addis Abeba i Etiopien åren 1992-96 och kom därefter till Boston i USA. Han kunde till en början ingen engelska men gick på college och arbetade som mekaniker i en verkstad. Han åkte till Sverige och gifte sig och återkom 1999 till Boston. Därefter arbetade han återigen till 2005 som mekaniker på en bilverkstad.

Mohamud beslöt starta eget. Han besökte Columbus, Ohio, men trivdes inte. Han begav sig till Minneapolis med fru, tre barn och en stor verktygslåda. Det tog honom ett år att få licens och etablera en bilverkstad. Han skaffade lokal norr om Minneapolis och flyttade 2010 till den lokal där han nu huserar. Han har fem anställda, en ”front manager” och fyra mekaniker.

”De första åren var svåra”, berättar Mohamud. ”Mina kunder var till 95 procent somalier, i dag är det 50/50 mellan somalier och andra, vilket är bra för affärerna på längre sikt.”

Mohamud har aldrig lånat pengar i bank. År 2008 fick han ett lån på 35 000 dollar från ADC. När han 2010 flyttade verkstaden lånade han ytterligare 160 000 dollar. Kunskap om hur man driver företag har han skaffat genom sitt arbete. Hans tre tumregler för företagade är läge, verksamhet och kundbemötande. Bokföringen sköts av en redovisningskonsult.

Mohamud fruktar inte konkurrens. ”Andra kan inte kopiera min verksamhet. Det är inte lätt att starta en bilverkstad om man inte är utbildad eller erfaren mekaniker.” Det finns visserligen andra verkstäder i närheten men kunderna är trogna.

Framtidsplanen går ut på att även sälja begagnade bilar till landsmän. De ska kunna betala en handpenning och därefter betala av på bilen. Om t.ex. bilen kostar 6 000 dollar kan handpenningen bli 2 000 och avbetalningen 400 i månaden. Att kunderna är somalier innebär att de kommer att betala eftersom alla känner alla och – underförstått – den som inte betalar blir utfryst.





Abdikafar Aden, Afriq Grocery

Abdikafars familj hade en livsmedelsaffär i Somalia. Han läste juridik i tre år på universitetet i Mogadishu och hjälpte andra studenter med studierna mot betalning men måste fly innan han hann ta examen. Han kom till USA och Minnesota 1994 och hade under några år jobb i fabriker och med översättningar. År 2000 startade han livsmedelsbutik på Cedar Avenue i Minneapolis.

Numera har Abdikafar en butik på 280 kvadratmeter, åtta anställda, flertalet på heltid, och hyr ut en del av lokalen till ett apotek. Han har fått lån från ADC två gånger men anser inte att utbildningen där hade någon större betydelse för honom. ”Jag kände redan till det mesta och alla vet ju ändå hur man öppnar ett bankkonto och så vidare.” I dag har han inga lån. Affären går enligt hans mening ganska bra, även om åren 2004-06 var bättre.

Affären är inriktad på den somaliska gruppen. ”Det finns många affärer som min”, konstaterar Abdikafar. ”Det finns fem butiker med ungefär samma sortiment i två kvarter. Var och en har sin kundkrets med många trogna kunder.” Abdikafar tänker alltid på att expandera om än i liten skala genom att ta in nya produkter i sortimentet.

Abdikafar konstaterar att verksamheten styrs av många regleringar men att de är lätta att förstå. 35 procent av nettovinsten går i skatt och därmed är det bättre att ta ut lön (som beskattas med ca 20 procent) än vinst.

Ibland kommer andra somalier som vill öppna butik och frågar Abdikafar om råd och han ger råd gratis. ”Jag kan ge dem mycket mer information på kort tid än någon utbildningsanordnare kan göra”, säger han. ”Det avgörande är viljan att starta företag, den måste komma inifrån.”

Abdikafar är involverad i somaliernas community men personligen och inte via affären. Han hade för några år sedan planer på att öppna en lekplats för barn men kostnaden blev övermäktig och han fick ge upp projektet.

Layla Mohamud, Cedar Riverside Child Care Center

Hon bor i lägenhet men planerar att köpa hus. Hon hoppas att republikanerna vinner valet 2016 eftersom hon menar att de brukar ställa till problem i ekonomin och då faller huspriserna.

Layla kom 1999 vid 14 års ålder med mormor och syskon till Kalifornien. Året efter kom hon till Minneapolis men flyttade snart till en bror i Arizona och klarade av gymnasiet och en sjuksköterskeutbildning där. 2012 återkom hon till Minneapolis och började arbeta på ett av Fairview Partners sjukhus. Hon arbetade som handläggare med uppgift att bedöma vilken hjälp äldre personer behöver och började snart inrikta sig på hur hon skulle kunna hjälpa fattiga mödrar och barn.

Med hjälp av ett lån på 40 000 dollar från ADC och egna pengar startade Layla ett daghem för barn med östafrikansk – somalisk, etiopisk, oromo – bakgrund. Där vistas varje månad 45 till 50 barn. Centrumet är öppet sju dagar i veckan klockan 7–22. Antalet barn per skift är dryga 20. Centrumet har 15 anställda, samtliga somalier, som jobbar allt från 6 till 50 timmar i veckan. Kostnaderna bestrids av countyt, i huvudsak Hennepin county där de flesta barnen bor. Det offentliga betalar daghemsverksamhet för låginkomsttagare som går från socialbidrag till arbete eller utbildning och inte har någon som kan ta hand om deras barn när de arbetar eller studerar.

Layla har ingen företagartidning i sin familj och startade sitt företag utan utbildning i företagande men hennes man är revisor och kunde hjälpa henne. Hon hade som mycket ung provat på företagande i klädesbranschen i liten skala och det hade väckt hennes aptit på affärer. ”Entreprenörsanda är något man föds med”, tror hon och fortsätter: ”Jag vill vara min egen chef. Det är något jag alltid har velat. Jag arbetar hårt. Jag har också velat skaffa mig en utbildning för att ha något att falla tillbaka på.”

Första året tjänade Layla 50 000 dollar som till större delen återinvesterades i verksamheten. De rigorösa reglerna gör emellertid att hon inte tänker utöka verksamheten. ”Inte för en miljon dollar vill jag expandera.” Hon vill i stället utbilda sig mer och kanske satsa på att bli fastighetsmäklare. ”Där finns pengar att göra.”

Layla är frimodig och inte rädd för att ge luft åt bestämda åsikter. Det gäller inte minst hennes syn på USA: ”Amerika är ett underbart ställe. Jag älskar det här landet. Det har givit mig möjlighet att skaffa allt jag velat ha i livet. Jag älskar det till och med mer än mitt eget land. Det är otroligt, otroligt. De flesta amerikaner är älskvärda. De lät mig komma till sitt land, de betalade min utbildning.”





Osman Ali, Sannag Restaurant

Han bor i hyreslägenhet. Han gör ett avslappnat intryck trots att mobiltelefonen ringer i ett.

Osman kom som barn till Jemen, där hans far arbetade i hamnen. Han fick sin grundskoleutbildning i Jemen men gick i gymnasiet i Somalia. Han lämnade Somalia 1975 och arbetade med geologiska analyser vid olje- och vattenborrning i Dubai. Livet där var bekvämt, med gratis bostad och bil. Eftersom arbetsdagen var kort – sex timmar – bedrev han affärsverksamhet vid sidan om. Han köpte möbler från folk som flyttade från landet, renoverade dem och inredde lägenheter för folk som flyttade till landet.

År 1995 flyttade Osman till USA med sin familj. Han bodde först i New York och Texas och kom till Minnesota 1996. ”Alla trodde att om man fick visum till USA skulle det vara som att komma till ett paradiset där gatorna är belagda med guld”, berättar han. Verkligheten visade sig vara betydligt kärvare. Första året arbetade Osman vid löpande bandet i en kakfabrik. Därefter beslöt han bli egenföretagare. Han utbildade sig till bilskollärare och startade en somalisk bilskola samtidigt som han hjälpte landsmän med översättningar.

Efter fyra år bytte Osman inriktning och började med hemkörning av mat åt restauranger. Han kontaktade Mike Temali på NDC och fick ett räntefritt lån för att köpa en bil. Verksamheten gav en hyfsad inkomst, mellan 150 och 350 dollar om dagen. Nästa steg blev catering, alltså att själv laga och leverera mat. 2009 köpte Osman en restaurang på Cedar Avenue South i Minneapolis och tog lån från ADC och City of Minneapolis. Han började leverera ”etnisk mat” till charter-skolor, ibland till ett par tusen elever åt gången. Affärsidén bakom restaurangen är att den ska servera sådan mat som somalierna äter i sitt hemland, alltså främst kamel- och getkött; den kallas därför i folkmun ”kamelrestaurangen” och är en mötesplats för somalier.

På restaurangen arbetar 19 personer inklusive Osman och hans bror. Sex är anställda på heltid, resten på deltid. Cateringverksamheten omsätter 80 000 till 90 000 dollar i månaden, själva restaurangen 30 000 till 40 000 dollar. Osman säger sig aldrig behöva ragga kunder. De söker sig till honom och han upplever ingen allvarlig konkurrens. Maten på hans restaurang har prägel från norra Somalia, en annan restaurang i närheten serverar mat med prägel från södra Somalia och båda går bra. Till Osmans restaurang kommer mest män, till den andra mest barnfamiljer.

Osman betonar vikten av att skaffa sig affärskunskap i det nya landet. Han kunde göra affärer på traditionellt – somaliskt, arabiskt – vis men mötet med Mike Temali och NDC blev viktigt för affärsverksamheten i USA. Temali betalade honom för att arbeta åt NDC. Han gick kurser, bl.a. för Hussein Samatar, och fick lära sig allt om hur man gör affärsplan, skaffar kunder och marknadsför sig i USA. ”Jag lärde mig att kunden alltid har rätt oavsett om han har rätt eller fel.”

Samtidigt upplevde Osman att den somaliska gruppen i USA håller på att förlora sin identitet. Han beslöt därför investera i ett museum, som han hävdar är det första somaliska muséet (utanför Somalia) i världen. Han reste runt i Somalia i flera år och samlade föremål. Hösten 2013 öppnade muséet i lokaler i korsningen av Cedar Avenue och Lake Street. Osman framhåller att ambitionen varit att använda inkomster från restaurangen för att ”skapa något för den egna gruppen” och att han hittills har investerat runt 80 000 dollar i projektet. Syftet är inte bara att bevara den somaliska gruppens identitet utan också att bryta dess isolering och slå broar till andra grupper med hjälp av kurser om kultur, vävning och dans, ”storytelling” och uppsökande verksamhet i skolor och på universitet. ”Vi måste bli en del av det här landet”, säger Osman. ”Vi måste lära oss om det och det måste lära sig om oss.” Nästa steg är att i samarbete med Minnesota Historical Society bygga ett större museum och kulturcenter om bara Minneapolis stad kan erbjuda en lämplig tomt.

Osman framhåller att han har ett stort nätverk av erfarna människor, somalier och icke-somalier, anställda i Minneapolis stad, borgmästaren, senatorer. ”Man får olika idéer från dem. Jag tar en idé från ett tioårigt barn om den är bra.”

Osmans framtidsplan går ut på att driva sin restaurangverksamhet vidare, få ett nytt museum klart och fortsätta pendla mellan Somalia och USA.

Abdirahman Ahmed, Safari Center

Abdirahman Ahmed och Jamal Hashi driver tillsammans Safari Center, en restaurang med festvåning på 4th Avenue South i Minneapolis, samt Safari Express, en snabbmatsrestaurang i Midtown Global Market.

Abdirahman kommer från en familj som ägnat sig åt företagande i flera generationer, närmare bestämt skeppsfart mellan Somalia, Mellanöstern och Indien. Han studerade som ung i Indien och tog en högskoleexamen i datavetenskap och företagsekonomi. I Indien träffade han sin blivande hustru, som kommit till USA som barn, och 1998 anlände han till USA för att förenas med henne. Han kom direkt till Minneapolis med goda kunskaper i engelska i bagaget och tog en Master of Business Administration (MBA) vid Saint Mary's University 2006. Han hade dessförinnan arbetat som ekonom för Hennepin county och fick nu jobb som analytiker i delstatsförvaltningen samtidigt som han undervisade vid universitetet.

År 2010 beslöt Abdirahman att starta eget. Varför? ”Jag har alltid velat bli affärsman. Det innebär att jag kan göra mer för mig själv, min familj och mitt community än som anställd. Risker och utmaningen är stimulerande.” Abdirahman träffade Jamal Hashi som drev restaurang Safari och så slog de sina påsar ihop.



Festvåningen, som togs i bruk 2010, används till tre sorters evenemang: Bröllop med paketlösningar till fasta priser, community-evenemang till halva hyran (jämfört med privata evenemang) och penninginsamlingar utan hyresavgift. Lokalen rymmer 1 500 personer stående (t ex vid konserter) eller 400 sittande. Safari Center hämtar omkring 65 procent av sina intäkter från festlokalen sommartid och 35 procent vintertid.

Kapitalet till restaurangen kom från försäljningen av Jamal Hashis förra restaurang, Abdirahmans besparingar, släkt och vänner – inga lån. Kunderna utgörs mest av somalier men kretsen breddas efter hand till invånare i grannskapet: afroamerikaner och invandrare från Afrika, Mellanöstern och Indien. Omkring 20 personer är anställda på heltid, deltid eller timbasis (on call). En tredjedel är somalier. Konkurrensen är inte särskilt hård. Varje restaurang har sin egen nisch och kundkrets.

Abdirahmans syn på politiker, myndigheter, regleringar och skatter är kort och kärnfull. ”Liberalerna [i amerikansk bemärkelse] är inte bra för affärerna. De vill ha fler regleringar och skatter. De konservativa är bättre.” Följaktligen tycker han att den amerikanska affärsmiljön i allmänhet är bra men omgärdad av ”väldiga begränsningar”.

Enligt Abdirahman saknar såväl myndigheterna i Minnesota som den somaliska diasporan en strategi för gruppens framtid – men: ”Vi är några stycken som försöker utforma en strategi som kan bereda väg för nästa generation, en strategi som kan omvandla somaliernas gemenskap genom teknologisk kunskap och entreprenörskap.” För egen del har Abdirahman startat Aspire Institute. Målsättningen är att under fem år årligen utbilda hundra ungdomar i åldrarna 15 – 21 år i datorteknik. Dessa 500 ska tränas så att de i sin tur kan lära upp nya ungdomar. Han behöver i första hand inspirera ungdomar och tala med deras föräldrar – ”ändra tankesättet” – och sen kan initiativet bli självgenererande och nå ut till tusentals och åter tusentals unga.

Skälet till att Abdirahman vill satsa på datorkunskap är att han under sin tid i Indien kunde observera hur det landet omvandlades av den nya teknologin. ”Mitt mål är inte politiskt utan att föra ut den nya teknologin. Alla barn i förskolor och skolor ska behärska datorprogrammering. Teknologi och entreprenörskap ska gå hand i hand.”

Den egna affärsverksamheten utgör basen för Abdirahmans initiativ. Varje månad för han över 500 dollar från företaget till Aspire. För honom går affärer och social verksamhet hand i hand. ”Man måste vara en socialt ansvarsfull person för att bedriva affärsverksamhet.” Sociala initiativ underlättas genom att de är avdragsgilla.

Abdirahman har stora planer för sitt initiativ. Till en början fokuserar han på Minnesota. Efter fem år vill han, om allt går bra, nå ut i världen. Den lilla fjäril som markerar pricken över i:et i hans logotyp kan då ersättas med den somaliska flaggan – eller varför inte den svenska?

Abdirahman Kahin, Afro Deli & Grill

Abdirahman kom till USA från Djibouti som 18-åring, först till Atlanta och 1999 till Minneapolis. Han studerade mediaproduktion vid Minneapolis Community Technical College och arbetade som ”media guy” för den somaliska gruppen, filmade bröllop och utformade flygblad.

2007 startade Abdirahman kafé i södra Minneapolis. 2010 blev han kontaktad av ADC som undrade om han ville driva kafé i anslutning till deras nya kontorsbyggnad på South 5th Street i Minneapolis. Själv ville han hellre starta restaurang och ADC nappade på idén, hjälpte honom med finansieringen och med att göra restaurangen ”mainstream”. Samtidigt studerade han på kvällstid vid University of St Thomas och tog en mini-MBA för företagare. ”Om man verkligen vill göra affärer måste man förstå siffrorna”, säger han och fortsätter: ”Om du inte investerar i dig själv vill ingen annan investera i dig.” Han har en revisor men menar att han som affärsman i första hand själv måste ha koll på sin ekonomi.

I början av 2015 öppnade Abdirahman ytterligare en restaurang, den här gången i centrala Saint Paul. Ännu så länge ger emellertid restaurangen i Minneapolis, som ligger nära University of Minnesota och lockar universitetsanställda och studenter, större inkomster. Abdirahman har sammanlagt 26 anställda på sina båda restauranger, varav två tredjedelar på heltid. Sju eller åtta är somalier, bl.a. restaurangchefen i Saint Paul och revisorn.

Restaurangen i Minneapolis, som är öppen hela dagen och på kvällen, omsätter ungefär en miljon dollar om året, restaurangen i Saint Paul, som än så länge är lunchrestaurang, mellan 500 000 och 700 000 dollar 2015. Eftersom hyresvärden uppskattar vad Abdirahman gjort med lokalerna slipper han betala hyra första året. Mainstream-strategin går ut på att erbjuda afrikansk mat förpackad på ett sätt som passar alla sorters kunder men även sådant som ostburgare och kycklingvingar. Mellan 10 och 15 procent av verksamheten utgörs av catering.

Affärerna går bra för Abdirahman som räknar med att snart kunna öppna ytterligare en restaurang i det jättelika köpcentret Mall of America (trots att månadshyran där motsvarar en årshyra i Minneapolis) och ytterligare en butik med kall mat och sallader på flygplatsen.

Abdirahman betonar vikten av stöd och uppmuntran från såväl den egna gruppen som från det omgivande samhället. I hans fall föll båda bitarna på plats. Han var känd i gruppen genom sin medieaktivitet; många somalier sa att ”vi träffas på Kahins ställe”. När han öppnade restaurangen i Saint Paul klippte en representant för handelskammaren bandet och borgmästaren var närvarande och twittrade om tilldragelsen.



Abdirahman deltar i programmet Economic Gardening.¹⁸ ”Det var rena guldgruvan.” För att kvala in och delta under ett år måste företagaren ha relativt omfattande verksamhet – mer än tio anställda och mer än en miljon i intäkter. Deltagarna möts en gång i månaden och lyssnar till en framgångsrik företagare. De möts också för rundabordsamtal under ledning av en mentor. ”Man får nya idéer och förstår hur andra tänker.” Dessutom finns ett resursteam som hjälper företagaren att besvara frågor om marknadstrender, konkurrens, marknadsföring och liknande. Varje företagare kan få 50 timmars hjälp av teamet. Allt sammans är gratis, finansierat av delstaten. Intresset för att ta del av den information Abdirahman på så vis tillägnat sig är stort bland andra somalier. Enligt Abdirahman är många lokala affärsinnehavare fast i sina tankebanor (”stuck in their mindset”). Yngre människor har öppnare sinnen. ”Lita på och involvera de unga.”

Abdirahman gör sin del för att stödja den egna gruppen. Han går runt i affärer och samlar in pengar och donerar själv. ”I enjoy doing it for the community.” Han betecknar sig själv som social entreprenör. ”Mitt mål är att expandera affärsverksamheten och göra social nytta.”



Abdirashid Said, Ultimate Health Care

Abdirashid gick i gymnasiet i Somalia. Hans mamma och systrar reste mellan Somalia och Kenya och köpte och sålde kläder. Han levde i Kenya i sju år, kom som flykting till USA 1998 och sökte asyl vid mexikanska gränsen. Han bodde först i delstaten Washington och i Columbus, Ohio. Han försökte lära sig engelska och arbetade som parkeringsvakt och ordningsvakt på ett varuhus. 2005 tog han en universitetsexamen i redovisning. Han hörde ryktas att det gick bra för somalierna i Minnesota och flyttade dit, arbetade som personlig rådgivare på Wells Fargo-banken och blev 2007 anställd på ADC som ansvarig för programutvecklingen i ”greater Minnesota”.

Efter ett par år beslöt Abdirashid starta eget. ”The sky is the limit. Du kan bli vem du vill.” Han lånade pengar av ADC och startade eget i hemvårdsbranschen. Han började marknadsföra sig och rekrytera kunder. När de väljer utförare är ”word of mouth” – rekommendationer från andra – avgörande. Kostnaderna bestrids av delstaten, som bestämmer hur stort behov klienterna¹⁹ har, och av försäkringsbolag. 2014 var företagets intäkter 1,9 miljoner dollar.

Efter att par år kunde Abdirashid expandera och anställa folk. I dag har han sju kontorsanställda och 100 hemvårdsassistenter (PCA, personal care assistants). Personalen är anpassad efter den månfacetterade kundkretsens språk och kultur; endast fyra av de anställda är somalier.

18. Programmet, som drivs av National Center for Economic Gardening (NCEG) via Edward Lowe Foundation, utvecklades ursprungligen i Littleton, Colorado, på 1980-talet.

19. Vi använder det traditionella begreppet klienter (alternativt kunder), väl medvetna om att det nysvenska begreppet är brukare.

Abdirashids företag har 125 klienter som ska ha service sju dagar i veckan. Hemvårdsassistenterna kör omkring i egna bilar och får betalt per arbetad timme. De hjälper klienterna med personlig hygien, medicinering, shopping etc. I personalen ingår tre sjuksköterskor som besöker klienterna en gång i månaden. Alla anställda måste genomgå kontroll och godkännas av delstaten.

Många landsmän och andra kommer till Abdirashid för att få råd om hur man startar eller expanderar ett hemvårdsföretag. Han betonar också vikten av att ge tillbaka till den egna gruppen men anser sig ännu inte ha nått en sådan nivå att han kan tjäna som förebild och ge sina landsmän råd. Hans dröm är att bygga ett barnhem i Somalia och avsikten är att 2016 åka dit och undersöka förutsättningarna för ett sådant projekt. ”Många barn växer upp utan utbildning och blir ingenting. Vi har tyvärr ingen stark stat som kan ta hand om dem.”

Abdirashids ambition är att expandera verksamheten. ”Konkurrensen är hård men behovet – markaden – finns.” Han funderar också på att tillhandahålla medicinsk utrustning – som han i dag beställer från andra företag – till klienterna. Han ser stora möjligheter i den amerikanska miljön. ”Jag kom hit som en invandrare som knappt kunde ett ord engelska. De sätter en inte i bur i det här landet. Jag tänker ta varje möjlighet som yppar sig.” Abdirashid har just anställt en vice VD som ska ta över den dagliga verksamheten medan han själv gör upp framtidsplaner.

Yosseph Budle²⁰, HealthMax Home Health Care Services

Yosseph uppfostrades i en fosterfamilj och hade en lycklig barndom. Fosterföräldrarna hade affärer och import/export-verksamhet men förlorade allt när inbördeskriget i Somalia bröt ut.

Yosseph kom till Tyskland 1988, flyttade till Amsterdam i Holland och påbörjade en förberedande kurs för läkarutbildning men hade inte uppehållstillstånd och måste anmäla sig hos polisen varje vecka, vilket kolliderade med lektionerna. Han flyttade till Bryssel i Belgien och tog en master i statsvetenskap med inriktning på europeisk politik. ”Jag älskar fortfarande det landet men där fanns inga möjligheter för mig.” Han flyttade till Kanada 1996 och arbetade som expedit med minimilön på en bensinstation. Han var då redan gift och hade två barn och ville inte gå på socialbidrag trots att han inte tjänade mer än bidraget på sitt jobb. ”Det var de två värsta åren i mitt liv.” 1998 flyttade han till USA och Tennessee och ett nytt jobb till minimilön. Senare samma år kom han till Minnesota med 80 dollar på fickan.

”Jag började om, blev en ny människa. Jag såg alla sorters möjligheter, arbetade vid löpande bandet och som säkerhetsvakt, hyrde lokal för



20. Budle figurerade redan i Carlson (2006) och kontakten mellan författaren och företagaren har upprätthållits alltsedan dess.

att starta företag.” Yosseph startade en somalisk bilskola. Inkomsterna var bra men jobbet riskfyllt. Han startade resebyrå och blev agent för American Family Insurance i fem, sex år, ”men man kunde inte tjäna mer än 5 000 – 6 000 dollar i månaden hur mycket man än arbetade”. Han bedrev tidningsverksamhet vid sidan om – mer för att förmedla information i den somaliska gruppen än för att tjäna pengar.

Yossephs mål var emellertid att bryta sig ur den etniska ekonomin. 2008 startade han ett hemvårdsföretag. ”Det är en tuff och komplicerad verksamhet och jag hade ingen erfarenhet av hälsoarbete.” Hustrun hade emellertid såväl utbildning till som erfarenhet av att arbeta som sjuksköterska i den offentliga vården. ”Genom henne fick jag en konkurrensfördel. Jag förstod tidigt att det vore en återvändsgränd att fokusera på minoriteter. Vi är verkligen mainstream.”

De första åren blev svåra. 2010 tog affärerna fart. 2014 blev det hittills framgångsrikaste året med intäkter på 3,8 miljoner dollar.

HealthMax har omkring 200 anställda varav bara tre, fyra är invandrare. Personalen består av tio administratörer på fyra kontor, tio sjuksköterskor, tre sjukgymnaster, en talpedagog och resten hemvårdare som sköter sådant som hygien och städning. Företaget har tillstånd att verka i Minneapolis, Saint Paul, Blaine och St Cloud. Ambitionen är att ha en säker position i dessa orter innan man expanderar till nya områden.

Yosseph konstaterar att konkurrensen inom hemvården är hård. ”Det är bra, hälsosamt och får en att arbeta hårdare.” Företaget kvalade 2010 och 2012 in på Minnesota Business Journals lista över de 25 ledande hemvårdsföretagen i Minnesota och utsågs 2010 av en annan tidskrift till det snabbast växande företaget på det området i Minnesota.

Yosseph tror, förvånande nog med tanke på hans betoning av konkurrens och mainstream, inte på företag utbildning med affärsplaner och marknadsundersökningar. Han tror inte att organisationer som ADC gör så stor skillnad. Han har aldrig tagit ett lån. ”Jag kommer från en familj av företagare och jag har gått en väg av trial-and-error.” Han ser ett framgångsrecept i att göra de anställda delaktiga i företaget. Personalen på kontoret har prestationslön och bonusar. ”Om jag själv tjänar 300 000 dollar och företaget drar in 450 000 så delar jag 150 000 på de anställda.”

Yosseph saknar inte rådgivare. Han har en styrelse och en rådgivande kommitté (obligatorisk när man har federalt tillstånd) bestående av bland annat läkare. Han betonar vikten av att ha en infödd amerikansk läkare i kommittén eftersom det är viktigare att förstå samhället och dess behov än att få medicinska råd. Han säger sig också ha lärt mycket av en vän, som är politiker och företagare. ”Han har hjälpt mig förstå hur det amerikanska systemet fungerar. Att umgås med honom har inneburit att jag lärt mig kulturen.”

Det är alltså enligt Yosseph inte utbildning i företagande som är nyckeln till framgång. Det är i stället det amerikanska systemet som öppnar dörrar. Han klagar inte som en del andra på skatterna. ”Systemet skulle inte fungera utan skatter. Jag anser att systemet när det gäller skatter och regleringar är rättvist. Det har varit rättvist mot en sån som mig. Jag blev mottagen som en kung fast jag var en flykting. Man kan bli precis vad man vill.”

Yosseph säger sig vilja hjälpa andra. Han ger 2,5 procent av alla inkomster till olika ändamål. ”Jag lånar ut pengar till människor som vill starta företag om de verkar seriösa. Jag har förlorat mycket pengar på det.” Han ställer upp gratis som inofficiell mentor; för tillfället har han två adepter i hemvårdsbranschen.

På längre sikt är Yossephs mål att driva ett av de största hemvårdsföretagen i Minnesota. ”När jag öppnar min 25:e filial kommer jag att vara nöjd.”

Sammanfattning

VI KAN KONSTATERA att stödet till de somaliska företagarna i Minneapolis och Saint Paul i form av utbildning, rådgivning och lån kommer från icke vinstdrivande organisationer som i sin tur stöds av myndigheter. Det handlar om organisationer som hjälper olika invandrar- och minoritetsgrupper (som NDC) eller i huvudsak somalier (som ADC). De avgörande skälen för att stödja småföretagare i ”utsatta områden” levereras av Mike Temali på NDC: Dessa företagare skickar ett tydligt budskap såväl till den egna gruppen som till befolkningen i allmänhet och de stabiliserar sina områden ekonomiskt och socialt.

Vi ska nu försöka sammanfatta de erfarenheter som fallit ut av våra samtal med åtta somaliska företagare, sju män och en kvinna, som i snitt är 45 år gamla (den yngsta 30, den äldsta 62) och i snitt har varit 18 år i USA (anlända mellan 1994 och 1998).

Tre av företagarna (Cedar Riverside Child Care, Afriq Grocery, Midwest Auto Repair) bedriver relativt begränsad verksamhet med blygsamma eller inga tillväxtplaner. De verkar inom en etnisk nisch eller i ett mellanläge mellan nisch och mainstream. Tre av företagarna, verksamma i restaurangbranschen (Afro Deli & Grill, Safari Center, Sannag Restaurant), bedriver relativt omfattande och växande verksamhet. Afro Deli har de mest ambitiösa expansionsplanerna och är mest mainstream. Safari har en kundkrets som består av somalier och andra minoritetsgrupper. Sannag är en renodlat somalisk ”kamelrestaurang”. Två av företagarna, verksamma i hemvårdsbranschen (HealthMax och Ultimate Health Care), bedriver omfattande och snabbt växande verksamhet. De är båda – mest uttalat HealthMax – mainstream. Samtliga verkar inom en handels- och tjänstesektor där det knappast krävs innovationer för att expandera.

Hälften av företagarna (HealthMax, Ultimate Health Care, Safari, Afriq) kommer från affärsdrivande familjer och tillskriver denna bakgrund betydelse. Ett par företagare (Sannag, Child Care) saknar familjetradition och i de båda övriga fallen har vi inte lyckats skapa klarhet.

De företagare som bedriver större verksamheter har jämförelsevis hög utbildning: master i statsvetenskap (HealthMax), universitetsutbildning i redovisning (Ultimate Health Care), MBA (Afro Deli, Safari). Ägaren till Sannag är undantaget som ”bara” har gymnasieutbildning. Ägarna till de tre mindre företagen har också relativt goda utbildningar som emellertid i ett par fall är av lite mer oklart slag: sjuksköterskeutbildning (Child Care), juridiska studier i Somalia (Afriq), högskolestudier (Auto Repair).

De yrkeserfarenheter som föregått företagandet varierar från fabriksarbete utan bäring på företagandet (HealthMax, Sannag, Afriq) och arbete som mer allmänt ger förutsättningar för företagande

(Ultimate Health Care – bankrådgivare; Afro Deli – ”media guy”; Safari – ekonom) till arbete med direkt bäring på företagandet (Child Care – handläggare på sjukhus; Auto Repair – bilmekaniker).

I snitt har åtta år förflutit mellan ankomsten till USA och beslutet att starta företag men spännvidden är stor, alltifrån något enstaka år (Sannag, HealthMax) till dussinet år eller mer (som i fallet med ChildCare, vilket förklaras av att Layla Mohamud kom till USA som 14-åring).

Motiveringen till företagandet handlar i en eller annan form om självförverkligande och möjlighet att tjäna pengar som även kan komma andra till del. Det talas om att ”entreprenörsandan är något man föds med” (Child Care), om en ”inre vilja” (Afriq), om att ”du kan bli vad du vill” (HealthMax, Ultimate Health Care) och att ”jag kan göra mer för mig själv, min familj, mitt community” (Safari). Det handlar inte i något fall om företagande som utväg ur arbetslöshet men i vissa fall om en väg bort från tråkiga fabriksarbeten.

Startkapitalet har i något fall genererats av egna besparingar, släkt och vänner (Safari). De flesta har emellertid tagit lån hos NDC eller ADC. Detta ska emellertid inte tolkas som att det är en allmän företeelse bland somaliska företagare i Minnesota. Det beror i huvudsak på att NDC och ADC hänvisat oss till de företagare vi intervjuat.

Antalet anställda varierar, som framgår av tabell 1, från fem till 200. I de båda hemvårdsföretagen är bara några få somalier anställda. På restaurangerna varierar andelen somalier från en tredjedel (Afro Deli, Safari) till merparten (Sannag) och på barndaghemmet är samtliga somalier.

Strategierna för att skaffa företags-, bransch- och marknadskunskap varierar. Ägaren till det största företaget (HealthMax) tror inte på företagartutbildningar utan förespråkar ”learning by doing”; han odlar emellertid kontakter med framgångsrika amerikaner för att skaffa sig information om ”mainstream”. Ägaren till det andra hemvårdsföretaget och ägarna till de tre restaurangerna har däremot genomgått utbildningar på NDC eller ADC och ägaren till Afro Deli har tagit del av en sofistikerad mainstreamutbildning (Economic Gardening). Vissa företagare sade sig visserligen inte ha genomgått någon företagartutbildning men eftersom vi kom i kontakt med dem genom NDC och ADC kan det nog hända att de fått en del stöd och råd därifrån, annars tror jag inte att de hade fått lån. De tre övriga företagarna har inte tagit del av någon utbildning i företagande men en (Child Care) kan ta hjälp av sin make som är revisor. Ägaren till Afriq tror inte att kurser i företagande har någon större betydelse och ägaren till Auto Repair betonar vikten av ”learning by doing”. Strategin ”learning by doing” har alltså sina anhängare i såväl det största som de minsta företagen.

De tre mindre och minst tillväxtorienterade företagen (Child Care, Afriq, Auto Repair) har inga särskilda sociala projekt på gång, mer än att daghemsföretaget startade utifrån en social ambition. De tre res-

taurangägarna bedriver alla sociala/kulturella verksamheter: Abdirahman Ahmed (Safari) satsar på datorutbildning för ungdomar, Osman Ali (Sannag) på ett somaliskt museum, Abdirahman Kahin (Afro Deli) samlar in pengar och betecknar sig själv som social entreprenör. De båda hemvårdsföretagarna bedriver också social verksamhet: Yosseph Budle (HealthMax) skänker pengar och Abdirashid Said (Ultimate Health Care) drömmer om att starta barnhem i Somalia. Det förefaller, av detta lilla stickprov att döma, som om de företagare som satsar på tillväxt också är de som mest uttalat kombinerar ekonomisk och social/kulturell verksamhet, vilket inte är förvånande eftersom de förmodligen är mer idérika och i varje fall har större ekonomiska resurser till förfogande.

De somaliska företagens framtidsstrategier handlar om att expandera i etablerade spår (HealthMax), att expandera och komplettera den etablerade verksamheten med nya inslag (Ultimate Health Care, Afro Deli, Auto Repair), att fortsätta i liten skala (Afriq), att driva verksamheten vidare som bas för sociala eller kulturella projekt (Safari, Sannag), att helt byta spår (Child Care).

En slutsats, som låter sig dras ur stickprovet (och som bekräftats i åtskilliga samtal med somalier i Minnesota), är att den amerikanska drömmen – som enligt återkommande rapporter påstås vara döende i medelklassen – lever bland dessa företagare. De prisar ofta oombett en miljö som låter dem ta egna initiativ och inte ställer hinder i deras väg. ”De sätter en inte i bur i det här landet”, säger en (Ultimate Health Care), ”Amerika har givit mig möjlighet att skaffa allt jag velat ha i livet”, säger en annan (Child Care) och en tredje (HealthMax) tillfogar: ”Jag blev mottagen som en kung fast jag var flykting. Man kan bli precis vad man vill.” En avvikande röst (Safari) talar visserligen om ”våldiga begränsningar” men syftar då inte på ”strukturell diskriminering” utan på skatter och regleringar.

Vad skiljer Minnesota från Sverige?

VAD ÄR DET då som skiljer Minnesota från Sverige och gör att företagandet där blivit så mycket mera omfattande? Några faktorer framstår som avgörande: Den etniska (somaliska) marknaden är stor och koncentrerad, det finns gott om enkla jobb där invandrare kan skaffa sig erfarenheter och kontakter och kanske rentav skrapa ihop ett startkapital och det finns organisationer som erbjuder islamiskt godtagbar finansiering.

Det finns andra faktorer som inte blivit synliga i den här rapporten eftersom de inte bekymrar somaliska företagare i USA. Det handlar om tillgången på affärslokaler, som normalt inte utgör något hinder i USA, eftersom det ofta finns gott om lokaler längs invandrartäta stads-gator eller i etniska köpcentrum, men som är ett stort hinder i Sverige där invandrare i stor utsträckning lever i miljonprogramsområden som saknar affärsgator. Och det handlar om rädslan för att förlora olika offentliga bidrag, som lägger hämsko på företagandet i Sverige men inte i USA där självförsörjning är normen.

I Minnesota finns en rik blandning av vinstdrivande och icke vinstdrivande verksamheter. Frågor om sociala projekt vid sidan om företagandet ingick inte i vårt ursprungliga frågeformulär men blev omgående ett av de mer intressanta inslagen i våra intervjuer. Den intima växelverkan mellan dessa båda typer av verksamheter, där intäkter från företagandet ger utrymme för sociala projekt och sociala projekt ger goodwill åt företagandet, är något som verkar ha gått mången förståsig-påare i svensk miljö förbi eftersom man så gärna vill se vinstdrivande verksamhet som styrd av egenintresse och icke vinstdrivande verksamhet som styrd av allmänintresse. Man blir då blind för att myntet – i närmast bokstavlig bemärkelse och kanske alldeles särskilt bland invandrar- eller etniska företagare – har två sidor.²¹

För de somaliska företagarna i Minnesota är grundläggande entreprenöriella drivkrafter, som strävan till självständighet och självförverkligande, avgörande. Den amerikanska drömmen lever bland dem tack vare den rörelsefrihet som den amerikanska miljön erbjuder.²² De framstår, åtminstone i detta stickprov, som en samling obotliga optimister.

I Sverige är vägarna till arbete och företagande i större utsträckning utstakade av myndigheter och offentliga serviceorgan som anger vad som är möjligt respektive omöjligt, vilka utbildningar som krävs, vilka affärsidéer som är gångbara o.s.v. Problemet med detta i grunden välmenande utstakande är att det kan upplevas som en form av kontroll och frihetsinskränkning snarare än som hjälp på traven, åtminstone bland invandrare som inte har samma unika förtroende för myndighe-

21. För övrigt står, som redan Adam Smith konstaterade, egenintresset av att tjäna sitt levebröd på att producera och leverera något som någon annan behöver i allmänintressets tjänst.

22. Om behovet av en motsvarande dröm i Sverige, se Dirie (2013).

ter och andra offentliga aktörer som infödda svenskar har. De organisationer i Minnesota som hjälper somaliska företagare med råd och dåd, organisationer som NDC och ADC, har byggts upp av engagerade community-aktivister som Mike Temali och Hussein Samatar, med djupa rötter och grundmurat förtroende i de miljöer där de är verksamma.

Till sist: Ett livaktigt företagande i "utsatta" bostadsområden får inte bara effekter på självförsörjning och självkänsla för individer i yrkesverksam ålder. Somalier i Sverige talar ofta om bristen på förebilder för det uppväxande släktet. Företagare kan vara sådana förebilder, alternativ till kriminella, religiösa och politiska förförare.

Referenser

Litteratur

- Basu, Anuradha (2010), "From 'break out' to 'breakthrough' : successful market strategies of immigrant entrepreneurs in the UK", *International Journal of Entrepreneurship*, 14, 59-79.
- Carlson, Benny (2006), *Somalier i Minneapolis : en dynamisk affär*. Lund: Zufi.
- Carlson, Benny, Magnusson, Karin & Rönnqvist, Sofia (2012), *Somalier på arbetsmarknaden : har Sverige något att lära? Stockholm: Regeringskansliet* (Underlagsrapport 2 till Framtidskommissionen).
- Dana, Léo-Paul, red (2007), *Handbook of research on ethnic minority entrepreneurship*. Cheltenham, UK & Northampton, USA: Edward Elgar.
- Dirie, Rahma (2013), "We need a dream", i Carlson, Benny & Mohamed, Abdi-Noor, red, *Somalier i Sverige : mellan hopp och förtvivlan*. Stockholm: Fores.
- Dyer, Linda & Ross, Christopher A (2007), "Ethnic business owners and their advisors : the effects of common ethnicity", i Dana, red, 117-131.
- Golden, Shannon, Heger Boyle, Elizabeth & Jama, Yasin (2010), "Achieving success in business : a comparison of Somali and American-born entrepreneurs in Minneapolis". *Cura Reporter*, 40 (1-2), 41-51.
- Golden, Shannon, Garad, Yasin & Heger Boyle, Elizabeth (2011), "Experiences of Somali entrepreneurs : new evidence from the Twin Cities". *Bildhaan : An International Journal of Somali Studies*, 10 (1), 89-102.
- Heergaard, Peter (2008), *Heroes among us : social entrepreneurs strengthening families and building community*. Minneapolis: Nodin Press.
- Kloosterman, Robert (2010), "Matching opportunities with resources: A framework for analyzing (migrant) entrepreneurship from a mixed embeddedness perspective", *Entrepreneurship & Regional Development*, 22 (1), 25-45.
- Kloosterman, Robert C & Rath, Jan (2001), "Immigrant entrepreneurs in advanced Economies: Mixed Embeddedness Further Explored", *Journal of Ethnic and Migration Studies* 27 (2): 189-201.
- Light, Ivan (2007), "Global entrepreneurship and transnationalism", i Dana (red), 3-15.
- Price, Marie & Chacko, Elizabeth (2019), "Immigrants as entrepreneurs : how U S cities promote immigrant entrepreneurship", i Brigitte Colin & Bengi Kadioglu, red, *How to enhance inclusiveness for international migrants in our cities : various stakeholders' views*. Paris: UNESCO.
- Temali, Mihailo (2002), *The community economic development handbook : strategies and tools to revitalize your neighborhood*. St Paul: Amherst H Wilder Foundation.
- Volery, Thierry (2007), "Ethnic entrepreneurship : a theoretical framework", i Dana, red, 30-41.
- Waldinger, Roger, Aldrich, Howard & Ward, Robin (1990), "Opportunities, group characteristics and strategies", i Roger Waldinger, Howard Aldrich & Robin Ward, red, *Ethnic entrepreneurs : immigrant business in industrial societies*. London: Sage, 13-48.

Intervjuer

- Mihailo Temali och Mulki Hussein, Neighborhood Development Center (NDC), Saint Paul, 2015-08-31.
- Abdirahman Ahmed, Safari Restaurant, Minneapolis, 2015-08-31.
- Osman Ali, Sannag Restaurant, Minneapolis, 2015-09-01.
- Abdirahman Kahin, Afro Deli & Grill, Saint Paul, 2015-09-02.
- Abdirashid Said, Ultimate Health Care (på ADC), 2015-09-03.
- Nasibu Sareva, ADC, 2015-09-03.
- Abdikafar Aden, Afriq Grocery, 2015-09-03.
- Jean Jordet, Meda, 2015-09-03.
- Mohamud Ali, Midwest Auto Repair, 2015-09-03.
- Susan Brower, delstatsdemograf i Minnesota (på ASI), 2015-09-04.
- Abdirashid Ahmed, expert på östafrikanska grupper, anställd av Minneapolis stad (på ASI), 2015-09-04.
- Yosseph Budle, HealthMax (på ASI), 2015-09-04.
- Layla Mohamud, Cedar Riverside Child Care Center (på ADC), 2015-09-04.