



# LUND UNIVERSITY

## Livlig aktivitet under ständigt hot - somaliska företagare i Sydafrika

Carlson, Benny; Hikam, Abdu

*Published in:*  
Ekonomisk Debatt

2016

[Link to publication](#)

*Citation for published version (APA):*

Carlson, B., & Hikam, A. (2016). Livlig aktivitet under ständigt hot - somaliska företagare i Sydafrika. *Ekonomisk Debatt*, 44(3), 14-25.

*Total number of authors:*

2

### General rights

Unless other specific re-use rights are stated the following general rights apply:

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal

Read more about Creative commons licenses: <https://creativecommons.org/licenses/>

### Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

LUND UNIVERSITY

PO Box 117  
221 00 Lund  
+46 46-222 00 00

# Livlig aktivitet under ständigt hot – somaliska företagare i Sydafrika

## **BENNY CARLSON OCH ABDU HIKAM**

Benny Carlson är professor i ekonomisk historia vid Ekonomihögskolan vid Lunds universitet och har på senare år ägnat en del av sin forskning åt somaliers ekonomiska integration i främst Sverige och USA. [benny.carlson@ekh.lu.se](mailto:benny.carlson@ekh.lu.se)

Abdu Hikam är doktorand i utvecklingsstudier vid University of the Witwatersrand i Johannesburg och har skrivit masteruppsats om somaliska invandrare i den informella ekonomin i Sydafrika. [sayidhikam@gmail.com](mailto:sayidhikam@gmail.com)

Artikeln har möjliggjorts med hjälp av de svenska och somaliska ambassaderna i Sydafrika. Den ingår i ett projekt med jämförelser av somaliskt företagande i olika länder finansierat av Familjen Kamprads stiftelse. Citat är översatta av författarna.

*I Sverige är de somaliska företagarna få, i Sydafrika är de många. I denna artikel ger vi en kort litteraturbaserad introduktion till det somaliska företagandet i Sydafrika, ett företagande som är livligt men utsatt för ständiga hot i form av främlingsfientlighet och brottslighet. Vi dyker därefter ner i den somaliska enklaven i stadsdelen Mayfair i Johannesburg och intervjuar ett halvdussin företagare som, även om de uppvisar vissa gemensamma erfarenheter, intressen och tillvägagångssätt, har mycket olika utbildningsbakgrunder, affärsstrategier och framtidsplaner. Vi roar oss även med att karakterisera företagarna och deras resonemang med hjälp av begrepp hämtade ur det ekonomiska tänkandets historia.*

I Sverige är de somaliafödda företagarna få, omkring 300. I Sydafrika är de många. Enbart i provinsen Gauteng, där storstaden Johannesburg och huvudstaden Pretoria ligger, lär de vara ett par tusen, trots att antalet Somaliafödda inte skiljer sig så mycket åt mellan de båda länderna (i Sverige ca 60 000 år 2014, i Sydafrika ca 100 000). Den remarkabla skillnaden i somaliskt företagande mellan Sydafrika och en rad andra länder å ena sidan och Sverige och övriga Norden å andra sidan föranledde för en tid sedan de svenska och somaliska ambassaderna i Pretoria att samarrangera ett unikt rundabordssamtal med forskare, somaliska företagare och företrädare för den sydafrikanska regeringen.

I denna artikel ska vi, som deltog i detta samtal, efter några inledande litteraturbaserade observationer om det somaliska företagandet i Sydafrika, ge ordet till ett halvdussin somaliska företagare verksamma i Johannesburg, vilka var och en för tankarna till olika fenomen i det ekonomiska tänkandets historia.

## 1. Etablering

Låt oss inledningsvis belysa den scen på vilken de somaliska företagarna i Sydafrika uppträder och då i första hand den miljö i vilken våra intervjupersoner verkar, stadsdelen Mayfair i Johannesburg – ”Afrikas New York” – i regionen Gauteng.

Efter Sydafrikas övergång från apartheid till demokrati 1994, och påföljande ”vit flykt” från vissa delar av Johannesburg, började somalier gradvis flytta in i Mayfair, där det sedan tidigare fanns en sydasiatisk muslimsk närvaro (Grant och Thompson 2015, s 181, 190; Thompson 2015, s 4). Sadouni

(2009, s 241) talar om en minaret i Mayfair som somaliernas ”kompass till Johannesburg” och att religion mer än klan kom att prägla deras identitet i staden, där de skapat tillhörighet genom att etablera en moské och koranskolor.

Den första vågen av somaliska flyktingar skaffade sig rykte som hårt arbetande och driftiga affärsmän. En andra våg anlände sedan Etiopien 2006 invaderat Somalia. I början arbetade de flesta som gatuförsäljare (*hawkers*) inom den sydafrikanska informella sektorn. Jinnah (2010, s 97) ger följande bild av Mayfair:

Det somaliskt dominerade området i Mayfair utmärks av somaliskt ägda butiker, restauranger, internetkaféer, leveranstjänster, en moské och religiösa skolor och finansiella faciliteter. Det är kanske denna tendens till självförsörjning som har skapat uppfattningen att de inte vill integreras.

Thompson (2015, s 2) beskriver hur stadsdelen har utvecklats till ett epicentrum för den somaliska diasporan med dess ”flyktingkapitalism”:

Den sammansvetsade somaliska etniska enklaven i grannskapet Mayfair, Johannesburg, tjänar som ett nav av sociala, finansiella och fysiska strukturer som underlättar rörligheten för människor, varor och pengar inom Gauteng och samtidigt länkar dessa rörelser till den somaliska etniska ekonomins internationella kretsar.

Mayfair beskrivs som ”ett myller av formella och informella handelsnätverk och migrationskretsar som sträcker sig till en mängd sydafrikanska städer och kåkstäder liksom till resten av kontinenten och där bortom” (Grant och Thompson 2015, s 181), som ”en pulserande etnisk enklav” som drar till sig somaliska investerare från USA, Storbritannien, Nederländerna, Norge och Sverige (Thompson 2015, s 10, 12). Hoten från det omgivande samhället (som vi strax återkommer till) gör samtidigt att somalierna i stadsdelen ”självsegererar för att skapa en säker plats” (Thompson 2015, s 13).

## 2. Affärsstrategier

Somalierna i Sydafrika började sin affärsverksamhet som gatuförsäljare av kläder, skor och hållbara livsmedel, de skapade nätverk för att starta små butiker (*spazas*) och grossistverksamheter baserade på låga prispålägg och snabb varuomsättning (Mohamed 2015; Thompson 2015, s 7). Enligt flera författare är affärsnätverken ofta klanbaserade (Sadouni 2009, s 240; Thompson 2015, s 8). Thompson ger följande karakteristik:

Somalierna arbetar som mellanhänder och förbinder grossistfirmor ägda av vita och indier i städerna med kunder i kringliggande kåkstäder. . . . Somalier berättar att deras affärsstrategier som underlättar konkurrensen omfattar små marginaler och hög omsättning, långa öppettider, nedbrytning av varusortimentet i små enheter . . . och kredit till fattiga kunder. (Thompson 2015, s 6–7)

De somaliska affärsstrategierna sammanfattas i rapporten *Somalinomics* (Gastrow och Amit 2013, s 6, 21–28, 35) i följande punkter:

- Flera delägare i butikerna.
- Låga prispålägg och snabb varuomsättning.
- Förläggning av butiker till gator livligt trafikerade av fotgängare.
- Butikslokaler hyrda av lokala hyresvärdar.
- Koordinering av varutransporter från leverantörer.
- Långa öppettider.
- Brett varusortiment och försäljning i små kvantiteter.

### 3. Lokala effekter

Den somaliska affärsverksamheten innebär en konkurrens som de infödda sydafrikanska affärsinnehavarna har svårt att hantera men också fördelar för den sydafrikanska ekonomin: Den knyter ihop städer med kåkstäder samt producenter och grossister med detaljister och konsumenter och lockar utländskt kapital till landet (Grant och Thompson 2015, s 192; Thompson 2015, s 14).

*Somalinomics* (Gastrow och Amit 2013, s 6–7, 29–38) sammanfattar den somaliska affärsverksamhetens effekter på lokala intressenter enligt följande:

- De flesta somaliska affärsinnehavare hyr lokal av sydafrikanska hyresvärdar.
- *Spaza*-butiker skapar en marknad för små producenter som inte har kapacitet att leverera till större affärer.
- *Spaza*-butikerna är en viktig länk mellan grossister och kunder.
- Butikerna ger jobb åt sydafrikaner.
- Sydafrikanska kunder får tillgång till ett brett sortiment till låga priser under långa öppettider.
- Den somaliska affärsverksamheten är en källa till skatteintäkter.

Den somaliska affärsverksamheten erbjuder alltså många fördelar för den sydafrikanska ekonomin men ses ändå inte med blida ögon. Ett faktablad från University of Stellenbosch citerar en sydafrikansk affärsman: Somalierna ”är inte en del av samhället . . . de är bara här för att göra affärer och ta hem pengarna” (University of Stellenbosch 2015). Därmed är vi framme vid den stora huvudvärken för somaliska företagare i Sydafrika – främlingsfientlighet och brottslighet.

### 4. Främlingsfientlighet och brottslighet

Invandrare från länder som Angola, Nigeria och Somalia är inte populära i Sydafrika. De anses ofta ”stjäla jobb” och möjligheter som ”rätteligen” tillhör lokalbefolkningen (Grant och Thompson 2015, s 183). Somalierna befinner sig i en särskilt utsatt position på grund av sin företagsamhet i

kåkstäderna; det talas ibland rent av om att de hamnat ”ur askan i elden” (Grant och Thompson 2015, s 192). En undersökning av 120 afrikanska invandrare, varav en tredjedel somalier, avsatte följande intryck: ”De flesta kommentarerna talade, mellan raderna, om avundsjuka hos lokalbefolkningen eftersom somaliska företagare driver så framgångsrik verksamhet” (Kalitanyi och Visser 2010, s 387). Det kroniska våld som somalier utsätts för har etiketterats som ”våldsamt företagande” (*violent entrepreneurship*) baserat på ekonomisk konkurrens i den informella sektorn mot bakgrund av utbredd kriminalitet (Charman och Piper 2012, s 82).

Enligt somaliska ledare dödades 500 somalier i xenofobiska attacker mellan 2001 och 2009 (Jinnah 2010, s 97). En undersökning av 43 somaliska butiker i Gauteng-regionens kåkstäder visade att varje butik i genomsnitt utsattes för rån var tredje månad (Thompson 2015, s 9). Till det kommer större främlingsfientliga utbrott – i synnerhet upploppen 2008 och 2015 – med mord och mordbränder.

I städer som Johannesburg tjänar enklavbildning som skydd mot det xenofobiska våldet (Grant och Thompson 2015, s 185). Eftersom somalierna inte har mycket hjälp att vänta från polisen måste de lita till varandra för att skydda sina verksamheter.

Från sydafrikanskt regeringshåll vill man gärna, uttalat av bland andra småföretagarministern Lindiwe Zulu 2015, att somalierna ska dela med sig av sina ”affärshemligheter” (University of Stellenbosch 2015).

Låt oss nu lyssna till vad några somaliska företagare i Mayfair, Johannesburg, har att säga.

## 5. Nattväktarstaten

Ibrahim Hared, 58, tar emot på ett elegant kontor innanför ett jättelikt lager med blöjor och toalettpapper. Hans föräldrar var nomader. Själv genomgick han grundskola och tjänstgjorde i sju år, från 18 års ålder, i militären. Därefter startade han ett transportföretag tillsammans med en äldre bror och fraktade gods mellan Mogadishu och andra städer på kontrakt med amerikanska och brittiska oljebolag, fruktkompanier och sockerproducenter. 1991 flyttade han transportverksamheten till Kenya (brodern emigrerade till Kanada) och höll i många år på med bränsletransporter till olika länder med Kenya eller Tanzania som bas. I Kenya drev han restaurang, först i Bungoma och därefter i Nairobi. När FN började förse flyktingar med mat tvingades han sälja restaurangen och flyttade till Moçambique, där han, utan att kunna ett ord portugisiska, öppnade en central för klarering av varor och ett internetkafé i Maputo.

År 2012, när importmarknaden krympte och tullen blev strängare, flyttade Ibrahim till Sydafrika och startade partihandel med blöjor i Durban. Hösten 2015 flyttade han verksamheten till Mayfair i Johannesburg. Han köpte lastbil med reklam för sitt företag, Getway Services Agency, på sidorna, och snart började telefonerna gå varma.

Ibrahim ser två fördelar med att vara sin egen: ”Du skapar din egen vinst och ditt eget självförtroende. De misstag du gör i dag kommer du aldrig att göra igen”. Han tror på *learning by doing* och tålmod. Det avgörande för affärerna är att skapa sig ett gott rykte hos leverantörer och kunder och ”att ha stenkoll på såväl den inre som yttre delen av verksamheten”.

Ibrahim har aldrig tagit lån utan expanderat genom självfinansiering och leverantörskrediter. Banklån är alltför dyra och omgärdade av villkor. ”Det gäller att växa i rätt takt så att man inte behöver låna”. Företaget har 14 anställda, åtta på fast och sju på tillfällig basis. De förra är somalier, de senare sydafrikaner. När Ibrahim behöver goda råd går han till konsultfirmor och betalar för råden.

Det är, som Ibrahim ser det, småföretagarna och inte ”den rike mannen” som bär upp ett lands ekonomi. Det är de som producerar och konsumerar och skapar sysselsättning. Men regeringar visar mest intresse för storföretag. ”Vad jag vill ha av staten är en stabil valuta och lag och ordning”, förklarar Ibrahim och lyfter därmed fram samma förväntningar på ”nattväktarstaten” som Adam Smith gav uttryck åt redan i *Wealth of Nations* 1776. Sydafrika lider emellertid av såväl fallande och fluktuerande valutakurs som utbredd brottslighet. Ibrahim beskriver hur brottsligheten tar sig form av syndikat som är som bläckfiskar och där olika etniska grupper (somalierna inte undantagna) utgör tentaklerna.

Ibrahim har tolv barn och har som ambition att de ska få utbildning för att därefter gå in som partners i företaget. Han vill lära sina söner affärskonst så att de kan ta över företaget när han själv minskar arbetstakten. Han vill också, precis som den sydafrikanska regeringen önskar, lära ut somaliska ”affärshemligheter” till infödda sydafrikaner. ”Det gäller att dela idéer, kunskap och produkter med ett nätverk av infödda småföretagare i kåkstäderna”, t ex Soweto, där somalierna inte själva vågar etablera sig. ”Det skulle skapa en *win-win*-situation för somalier och infödda sydafrikaner”.

## 6. Auktionären

Abdirizak Ibrahim Ali, 48, är son till en jordbrukare som hade 19 barn. Barnen fick utbildning och återvände därefter för att arbeta på gården. Fadern öppnade också livsmedelsbutik i staden där de bodde. Abdirizak gick i skolan och arbetade i butiken på kvällarna efter läxläsningen. Han tog så småningom högskoleexamen i företags- och utvecklingsekonomi och arbetade i bank och statliga organ i Somalia. Han flydde landet 1991 och flyttade i många år mellan Kenya, Djibouti och Uganda och sysslade med affärer. En tid drev han klädesaffär med startkapital från ett syskon i Sverige.

År 2007 kom Abdirizak till Sydafrika och startade en livsmedelsaffär och därefter ytterligare en, kompletterad med elektronikprodukter i Kimberley i provinsen Northern Cape. Efter fyra år flyttade han till Johannesburg, där han driver företaget Saney Barakat samt två livsmedelsbutiker.

Om drivkraften bakom företagandet säger Abdirizak: ”Jag vill inte arbe-

ta för någon utan ha mig själv som anställd. Jag vill ha friheten att gå min egen väg. Det ska vara antingen eget företag eller större företag. Jag vill inte ingå partnerskap för då blir det ofta problem efter ett par, tre år”.

Abdirizak arbetar med telefon och dator som mellanhand mellan många grossister och många detaljister och utgör alltså en marknadsmekanism för allsköns varor. Han påminner närmast om auktionären som i Léon Walras *Éléments d'économie politique pure* från 1874–77 skapar marknadssjämvikt.

Abdirizak har en fast bankförbindelse men tar sällan lån, i vart fall inte med ränta. Han har en landsman anställd på kontoret (väl förskansad bakom galler) och tre anställda i livsmedelsbutikerna. Han sköter sin bokföring själv efter dåliga erfarenheter av externa redovisningskonsulter. Han har genomgått en sjudagars MBA-kurs och skaffar sig den information han behöver via Internet och genom att ringa vänner i Amerika.

Affärerna går upp och ner. Det gäller att få ekonomin att gå ihop och hjälpa pappan, 98 år, och fyra bröder och tre systrar som lever i Somalia nära gränsen till Kenya. Han arbetar hårt, från fem på morgonen till elva på kvällen, och beskriver skillnaden mellan att arbeta i Sydafrika respektive USA som kort och gott ”mer brottslighet och längre arbetstider”. Han har inga planer på att återvända till Somalia men kan tänka sig att göra det om landet blir säkert – och skulle gärna vilja skriva en bok om Somalias ekonomiska historia!

## 7. Entreprenören

Bashi Bashir, 50, kommer från en familj präglad av handel; hans far och farfar importerade kol till Somalia. Själv studerade han företagsekonomi och journalistik och fortsatte med högskolestudier i Uganda i tre år. Parallellt med studierna importerade han kläder och elektronik från Dubai och exporterade boskap och hudar. Han flyttade till Uganda 1991 och till Sydafrika 1996, där han började verka i den informella sektorn som gatuförsäljare och fortsatte med studier i affärspsykologi och affärsutveckling vid University of Johannesburg och i företagsekonomi vid University of the Witwatersrand. Han går hela tiden på workshops för att hålla sig à jour med vad som händer och räknar med att snart vara klar med sin MBA.

Bashi beskriver motiven bakom sitt företagande så här: ”Jag kommer från en familj av företagare och det är enda möjligheten i Sydafrika. Jag vill vara fri från andra människors regler, planer och tidsscheman. Det är inte lätt men det är enda sättet för mig att leva på”.

Bashi spelar en framträdande roll i det somaliska ”communityt” i Johannesburg. En viktig uppgift är att se till så att somaliska ungdomar känner sig hemma i gemenskapen samtidigt som deras väg mot högre utbildning underlättas med hjälp av stipendier och eliminering av olika hinder. ”De måste glömma vad som händer hemma [i Somalia] och satsa på tillvaron här”.

Bashi har ägnat sig åt olika affärsverksamheter i Sydafrika: livsmedel,

kläder, catering. Just nu är det partihandel (tillsammans med en partner) med blöjor och andra barnartiklar som gäller; han är alltså i samma bransch som Ibrahim Hared som vi redan har stiftat bekantskap med. Han säger sig aldrig ha varit intresserad av etniskt företagande utan det är ”mainstream” som gäller. Han beskriver sig själv som en entreprenör ständigt på språng, uppmärksam på marknadstrender och beredd att flytta till en ny nisch när den gamla börjar bli full. Han påminner i sin attityd närmast om den entreprenör Joseph Schumpeter beskrev i *Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung* 1911, mannen på jakt efter nya kombinationer. Information om vad som händer längs ”fronten” skaffar han sig dels i det lokala grannskapet, dels genom workshops och seminarier vid universiteten.

I företaget är tio personer anställda, sex sydafrikaner och fyra somalier. Kapitalet är självgenererat. Bashi har aldrig tagit ett lån. ”När man vill växa tar man in en *sleeping partner*”. Att skaffa lokaler i centrala Johannesburg är dyrt och krångligt, men i Mayfair är det lättare. Där har han både lagerlokal och butik. Om konkurrensen säger Bashi kort och gott: ”Ingen konkurrens, inga affärer. Allt beror på hur man bemöter konkurrenterna och på de färdigheter man tar med sig till marknaden”. Regleringar och skatter är inte heller något som bekymrar honom. En redovisningsekonom sköter bokföring och deklaration och ”affärsmännen måste betala skatter så att staten fungerar”.

Inte ens brottsligheten tycks bekymra Bashi nämnvärt, åtminstone inte så länge han har sin bas i Mayfair. Hans funderingar om framtiden kretsar kring olika alternativ: teknologi och kommunikation eller olja och gas. Eller kanske ett institut med företagareutbildning? Någon tanke på att lämna Sydafrika har han inte. ”Det här är mitt hem, mina barn är födda här. Men vi affärsmän är förstas alltid rörliga”.

Låt oss avsluta historien om Bashi med att lyssna till hans råd om hur man undviker att ungdomar radikaliserar och ansluter sig till terroristorganisationer. Nyligen förekom i media uppgifter om att 80 ungdomar från Sydafrika anslutit sig till ISIS (*Daily Nation* 2015). Enligt vad Bashi vet ingår inga somaliska ungdomar i den gruppen. För att undvika radikalisering av ungdomar krävs enligt Bashi ett ekonomiskt vitalt ”community” med ledare och förebilder som arbetar med ungdomarna och hjälper dem till studier och arbete. De unga måste ha en roll att spela i ”communityt”, annars blir de lätt isolerade och frustrerade, och ”communityt” måste känna att det hör hemma i landet – ”detta är vårt land, våra barns land”. Tillhörighet och framtidstro byggd på ekonomisk och social livaktighet är med andra ord det bästa botemedlet mot de identitetsproblem som kan få ungdomar att välja terrorismens destruktiva väg.

## 8. Perfekt konkurrens

Det finns många somaliska kvinnliga företagare i Sydafrika, men de är sällan lika framgångsrika som männen. Ofta säljer de kläder och hygienpro-



dukter i små butiker. Tillståndet med många säljare och köpare, homogena produkter och oförmåga att i någon större utsträckning påverka marknadspriset för tankarna till perfekt konkurrens, ett begrepp som utvecklats av bland andra Antoine Cournot, Stanley Jevons, John Bates Clark och Frank Knight. Låt oss stifta bekantskap med två kvinnliga företagare i 40-årsåldern av det slaget som båda har butiker i Amal Shopping Centre, det enda somaliska köpcentret – eller ”epicentret” – i Johannesburg. Centret öppnade 2005 och rymmer ett 50-tal butikslokaler plus kontor.

En kvinna som vi kan kalla A säljer kläder och parfym i en av butikerna. Hon kommer från en familj som hade import-export-verksamhet och en butik i Somalia. Hon gick i grundskola där, lämnade landet 1991 och bodde sex år i Nairobi. När hon 1997 flyttade till Johannesburg var det för att hon blev ursinnig när hennes man skaffade sig en andra hustru.

Livet i Sydafrika blev en kamp för överlevnad. A var ensam med flera barn och kunde ingen engelska men höll sig flytande och lyckades t o m spara pengar genom att hennes bröder i USA skickade 400 dollar i månaden. Tillsammans med två andra kvinnor började hon 2002 med dörrförsäljning av parfym. Fyra år senare upplöstes partnerskapet. Då hade A skrapat ihop en halv miljon rand (ca 250 000 kr). Med hjälp av det kapitalet startade hon en juvelerbutik och framtiden syntes ljus. Ett år senare slogs hennes tillvaro i spillror när en nattlig inbrottstjuv tog såväl juvelerna som kassan. A var övertygad om att en säkerhetsvakt låg bakom inbrottet men ingen blev gripen. ”Hur kunde de bli arresterade, de var infödda”. När hon framförde sina misstankar blev hon attackerad med kniv av en anställd, en sydafrikansk kvinna. ”När jag fördes till sjukhus blev jag behandlad som om jag vore brottslingen”.

”Det finns ingen rättvisa här”, avslutar en påtagligt bitter A sin historia. Numera är hon ganska passiv och försöker bara få ihop pengar till hyra och skolväxter till barnen. Något stöd från bröderna i USA kan hon inte längre räkna med. Hon funderar på att flytta till Saudiarabien eller återvända till Somalia.

En kvinna som vi kan kalla B har en liknande butik i det somaliska köpcentret. Hon är gift utan egna barn men med två ”beroende” barn som hennes mamma tar hand om när hon är i butiken. Hennes föräldrar bedrev affärsverksamhet i Somalia. Pappan handlade med boskap och mamman hade livsmedelsaffär. Själv gick hon i grundskola. Familjen tvingades under flera år flytta omkring i Somalia för att undgå våldet. 1997 kom B med en annan familj till Sydafrika och Kapstaden. Hon kunde ingen engelska och kunde inte räkna med hjälp från andra somalier i mer än ett par månader. Hon måste snart klara sig själv, kände sig ensam, orolig och ledsen. Hon började sälja skor och öppnade pensionat. Den verksamheten frestade på hennes hälsa och efter fyra år flyttade hon till Johannesburg, där hon 2005 tillsammans med en partner och pengar från försäljningen av pensionatet startade butik. Sortimentet är det vanliga: traditionella somaliska kläder, skor, parfym.

På frågan hur det är möjligt att driva butik med samma sortiment som otaliga andra butiker svarar B att hon inte är ute efter att tjäna mycket pengar utan bara för att överleva och att det är en fördel att finnas i köpcentret som är en samlingsplats för somalier. I centret finns dessutom tillgång till redovisningskonsult och möjlighet att rådgöra med andra somaliska företagare.

B vill gärna utvidga sin verksamhet och gå från den etniska nischen till *mainstream*. Men det är inte lätt. Längs de stora affärgatorna är hyrorna alltför höga. Enda möjligheten till expansion finns i kåkstäderna. Där är lokalerna billiga men risken för rån överhängande. B har ägt andelar i livsmedelsaffärer i kåkstäder men de blev utsatta för regelrätta rån på dagtid, och ”då gäller det bara att försöka rädda livhanken”. Något förtroende för polisen existerar inte. ”När våra butiker blev plundrade bad polisen affärsägarna att gå ut så att plundrarna kunde operera ostört”. I Mayfair är tillvaron tryggare. Om någon försöker sig på ett rån kommer andra somalier rusande till undsättning. Men B undrar varje kväll när hon lämnar butiken om den kommer att ha varit utsatt för inbrott nästa morgon.

## 9. Satisfiering

Tayo Cash ”N” Carry är ett grossistföretag, etablerat 2014, med fyra delägare. Vi träffar tre av dem: direktören Hassan Mohamed Ali, med gymnasium från hemlandet, tolv år i Kenya och tidigare erfarenhet av *cash and carry* bakom sig; Aboni ”Sharmake” Mohamed, ekonomiansvarig, med examen i *financial management* och bankjobb i referenserna; och Sharif Mohamed Wehliye, kundansvarig, med utbildning i koranskola och tidigare affärsverksamhet i klädes- och livsmedelsbranscherna. De tre kom till Sydafrika respektive 2005, 2009 och 2003. Hassan och Sharmake är barndomsvänner, uppväxta i samma by. Utöver de fyra aktiva delägarna finns några passiva (*sleeping partners*). Motivet för att starta verksamheten uttrycks kort och enkelt: Det fanns ett behov och vi hade erfarenheten.

Verksamheten bedrivs i två lagerbyggnader, den ena på 1 350 kvadratmeter, den andra på 800 kvadratmeter. I den första är det högt i tak – omkring åtta meter – och allsköns livsmedel är staplade på hyllor. I den andra finns kylrum för mejeriprodukter och frysrum för köttprodukter. Transporterna till lagret sköts med fem lastbilar. Kunderna hämtar själva sina varor. Företaget startade med ett kapital baserat på sparande och leverantörskrediter. Leverantörerna består av 30–40 lokala livsmedelsföretag, kunderna av omkring 500 livsmedelsbutiker. Företaget har 20 fast och 30 tillfälligt anställda.

Byråkratin? ”Vi har jurister och ekonomer som ser till att vi uppfyller alla lagliga krav och betalar skatt som vi ska”, förklarar Hassan. ”Regelsystemet är ganska enkelt om man bara följer det.” Konkurrensen? ”Inte så farlig, vi är en del av den och kan avancera”, menar Sharmake. Framtidsplaner? ”Att expandera verksamheten och öppna flera liknande i Sydafrika och andra delar av världen”, säger Sharmake med närmast blygsam uppsyn.

Det största bekymret för Tayo Cash "N" Carry är brottsligheten. Man har tio vakter anställda och investerar varje månad 50 000 rand (30 000 kr) i uppdatering av larm och övervakningskameror. Alla i ledningen har en larmknapp i nyckelknippan, som utlöser uttryckning från ett externt vaktbolag. Man undviker hantering av kontanter. Kunderna deponerar pengar i bank, får ett kvitto och löser med hjälp av det ut sina varor. Ändå sitter kassören i lagret försöksad bakom en gallerförsedd lucka i en vägg av plåt.

Låt oss avsluta detta nedslag bland somaliska företagare i Sydafrika med Sharif Mohamed Wehliyes förklaring till varför företagandet bland somalier i Sverige är så svagt. Han har nämligen syskon i Sverige och har genom en av sina bröder fått en del information.

Så här ser Sharifs förklaringar ut: Det finns många regler och krävs därför mycket kapital för att starta företag. Regeringen är mest intresserad av att stödja stora och etablerade företag. Det är svårt att hitta affärslokaler. De sociala förmånerna gör att människor inte måste arbeta för att försörja sig. Det sociala och ekonomiska gapet mellan invandrare och svenskar gör det svårt att expandera ett företag från den egna etniska gruppen till "mainstream" (till skillnad från i Sydafrika där invandrare och en stor del av den infödda befolkningen befinner sig på samma sociala och ekonomiska nivå). Det krävs lång utbildning för att kunna verka i Sverige. Staten dirigerar hela tiden människor till vad de ska lära sig och vad de ska göra.

Det finns åtskillig substans i Sharifs förklaringar och hans utsaga är ett exempel på den information om olika länder som cirkulerar i migranternas globala nätverk. Vilket teorifragment ska vi då fästa på Sharifs rygg? Varför inte Herbert Simons begränsad rationalitet (*bounded rationality*), som innebär att även om en aktör inte har möjlighet att skaffa sig perfekt information och därför inte kan fatta optimala beslut så kan han skaffa sig tillräckligt med information för att fatta tillfredsställande beslut (satisfiering). I fallet med Sharif förhåller det sig så att såväl han som brodern i Sverige har haft kapital att investera. Sharif ville sända kapital till brodern för investering i Sverige men fick besked om att det var omöjligt. Så i stället blev det tvärtom: pengarna gick från Sverige till Sydafrika. Det verkar onekligen som om Sharif och hans bror hade tillräckligt med information för att fatta ett klokt beslut.

## 10. Sammanfattning och slutsatser

Stadsdelen Mayfair i Johannesburg är en knutpunkt för den somaliska diasporans affärsverksamhet, en knutpunkt som förbinder producenter och grossister med detaljister och konsumenter, stad med kåkstad, somalier i världen med somalier i Sydafrika. Somaliska företagare spelar en betydande roll i den sydafrikanska ekonomin men väcker just därigenom avund och misstro. Den hotfulla omgivningen förstärker deras behov av att hålla samman och bidrar till att de ses som en grupp som inte vill integrera sig i samhället.

De somaliska företagare i Mayfair vi intervjuat kommer i flertalet fall från affärsdrivande familjer. Deras utbildningar varierar från koranskola, grundskola och gymnasium till högskola och universitet. De har vanligtvis ägnat sig åt olika affärsverksamheter före ankomsten till Sydafrika. Intervjupersonernas motiv för att ägna sig åt företagande handlar genomgående om oberoende, lärande och självförtroende och – förstås – självförsörjning. Deras strategier för informationsinhämtning och lärande varierar: kontakter i den lokala miljön, vänner utomlands, internet, råd från konsultfirmor, universitetsseminarier. Deras framtidsdrömmar är högst olika: dela ”affärshemligheter” med sydafrikaner, skriva Somalias ekonomiska historia, starta institut med företagartutbildning, expandera till andra länder eller rätt och slätt få ihop till hyran.

Även om litteraturen om somaliskt företagande i Sydafrika har mejslat ut ett antal pregnanta kännetecken är företagarna, som framgått, individer med högst skiftande utbildningar, strategier och framtidsplaner. Det som förenar dem är först och främst den ”mentalitet” som förenar företagare i allmänhet – för att åberopa ytterligare en nationalekonom, Alfred Marshall – viljan att vara sin egen lyckas smed. Deras krav på staten är att den ska upprätthålla lag och ordning.

Sverige och Sydafrika erbjuder mycket olika miljöer för företagande. Men om vi ändå i Sverige ska dra någon lärdom av de somaliska företagarnas berättelser från Sydafrika så handlar det främst om detta: viljan att vara oberoende, friheten att välja sin egen väg. Bestämda råd från handläggare om vad som är möjligt och omöjligt, långvariga kurser i företagande och minutiös granskning av affärsplaner i all ära, för den utifrånkommande entreprenören kan alla dessa välmående insatser – åtminstone när de levereras av det svenska ”etablissemanget” – snarast upplevas som kontrollstationer som förtar lusten att slå in på vägen mot företagande. I Sydafrika och många andra länder går det att börja med ”två tomma händer” i en mer eller mindre informell sektor och genom *learning by doing* nöta in företagandets rutiner och hitta sin nisch, för att därefter expandera verksamheten och gå in i den formella sektorn. I Sverige står en sådan väg inte öppen och går knappast att öppna. Men vi bör åtminstone vara medvetna om att det svenska kontrollbehovet har ett pris.

## REFERENSER

Charman, A och L Piper (2012), ”Xenophobia, Criminality and Violent Entrepreneurship: Violence against Somali Shopkeepers in Delft South, Cape Town, South Africa”, *South African Review of Sociology*, vol 43, s 81–105.

*Daily Nation* (2015), ”80 South Africans Feared to Have Joined Isis in Syria”, *Daily Nation*, 11 december 2015.

Gastrow, V och R Amit (2013), *Somalinomics: A Case Study on the Economics of Somali Informal Trade in the Western Cape*, African Centre for Migration & Society, Johannesburg.

Grant, R och D Thompson (2015), ”City on Edge: Immigrant Businesses and the Right to Urban Space in Inner-City Johannesburg”, *Urban Geography*, vol 36, s 181–200.

Jinnah, Z (2010), ”Making Home in a Hostile Land: Understanding Somali Identity, Integration, Livelihood and Risks in Johannesburg”, *Journal of Sociology and Social Anthropology*, vol 1, s 91–99.

Kalitanyi, V och K Visser (2010), ”African Immigrants in South Africa: Job Takers or Job Creators?”, *South African Journal of Economic and Management Sciences*, vol 13, s 376–390.

Mohamed, Y (2015), "How South Africans are Learning from Somali Businesses", *GroundUp Newsletter*, 7 september 2015.

Sadouni, S (2009), "'God Is Not Unemployed': Journeys of Somali Refugees in Johannesburg", *African Studies*, vol 68, s 235-249.

Thompson, D K (2015), "Risky Business and Geographies of Refugee Capitalism in the

Somali Migrant Economy of Gauteng, South Africa", *Journal of Ethnic and Migration Studies*, vol 42, s 120-135.

University of Stellenbosch (2015), "What Can Somalis Teach South Africans about Business?", faktablad, [thoughtprint.usb.ac.za/Pages/What-can-Somalis-teach-South-Africans-about-business.aspx](http://thoughtprint.usb.ac.za/Pages/What-can-Somalis-teach-South-Africans-about-business.aspx).