

ALMANYA VE AVRUPA BİRLİĞİ'NDE TÜRK GİRİŞİMCİLİĞİ

“TURKISH ENTREPRENEURSHIP IN GERMANY AND EUROPE UNION“

Prof. Dr. Faruk Şen*

Yunus Ulusoy

Cem Şentürk**

Özet

Almanya'daki Türk kökenli nüfus arasında 1990'lı yıllarda kendi işletmelerini kurma yönünde bir dinamik gelişti. Serbest çalışmayı bağımlı çalışmaya alternatif olarak görmeyen bu anlayış, daha ziyade bağımsız çalışmaya yüklenen yüksek değer ve farklı yaşam ve çalışma formları çerçevesinde ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda Almanya'da gelişen Türk girişimci mentalitesi Türk ve Alman sosyalizasyon süreçlerinin çok yönlü bir sentezi görünümündedir. Bir taraftan atılganlık, esneklik, Akdeniz insanına özgü iletişim yeteneği ve hizmet anlayışına sahip Türk kökenli girişimciler bu çok yönlü sosyalizasyon süreçlerinin getirisi olarak, Alman okul ve meslek yaşamının kendilerine sunduğu uzmanlık bilgilerine sahipler. Bu çerçevede bu insanların girişimciliğe yönelimlerini tek boyutlu yaklaşımlarla açıklamak mümkün değildir. Almanya'da kurulan ve gelişen işletmeler için önemli bir potansiyel oluşturan kentsoylu Türk kökenli bir orta sınıf doğmaktadır.

Avrupa'da Türk girişimciliği konusunda uzun yıllar çeşitli çalışmalara imza atan Türkiye Araştırmalar Merkezi'nin bu alanda gerçekleştirdiği kapsamlı bir araştırmanın özeti niteliğinde olan bu makalede, Türk girişimcilerinin Almanya ve Avrupa çapında eriştikleri ekonomik güç empirik veriler ışığında sunulmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Almanya, Avrupa Birliği, Türk girişimciliği

Abstract

A dynamic about establishment of their own companies developed in 1990's among the Turks living in Germany. Working for their own companies is

* Türkiye Araştırmalar Merkezi Vakfı – Essen

** Türkiye Araştırmalar Merkezi Vakfı – Essen

not an alternative to working in a fixed-salary-job in this mentality which is formed because of the more importance that is given to independent working and different working and life styles. In this sense, this mentality, which is grown in Germany and about Turkish entrepreneurship, is a protean aspect of Turkish-German socialization process. Besides their bravery, flexibility, and communication skills which are special to Mediterranean people and service sensibility, Turkish entrepreneurs have the expertness knowledge of German school and work lives thanks to this protean socialization process. In this aspect, it is impossible to explain the tendency of this people to entrepreneurship in one-dimensional approach. Bourgeois-Turkish-middle class, which has important potential for companies that are established and developed in Germany, is emanating.

In this article, which is a detailed summary of comprehensive search that was made by Centre for Studies on Turkey which has been working about Turkish Entrepreneurship for many years, the empiric dates about the power of Turkish entrepreneurs in Germany and Europe are presented.

Key Words: Germany Europe Union, Turkish Entrepreneurship

Almanya'daki Türk kökenli nüfus arasında 1990'lı yıllarda kendi işletmelerini kurma yönünde bir dinamik gelişti. Serbest çalışmayı bağımlı çalışmaya alternatif olarak görmeyen bu anlayış, daha ziyade bağımsız çalışmaya yüklenen yüksek değer ve farklı yaşam ve çalışma formları çerçevesinde ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda Almanya'da gelişen Türk girişimci mentalitesi Türk ve Alman sosyalizasyon süreçlerinin çok yönlü bir sentezi görünümündedir. Bir taraftan atılganlık, esneklik, Akdeniz insanına özgü iletişim yeteneği ve hizmet anlayışına sahip Türk kökenli girişimciler bu çok yönlü sosyalizasyon süreçlerinin getirisi olarak, Alman okul ve meslek yaşamının kendilerine sunduğu uzmanlık bilgilerine sahipler. Bu çerçevede bu insanların girişimciliğe yönelimlerini tek boyutlu yaklaşımlarla açıklamak mümkün değildir. Almanya'da kurulan ve gelişen işletmeler için önemli bir potansiyel oluşturan kentsoylu Türk kökenli bir orta sınıf doğmaktadır.

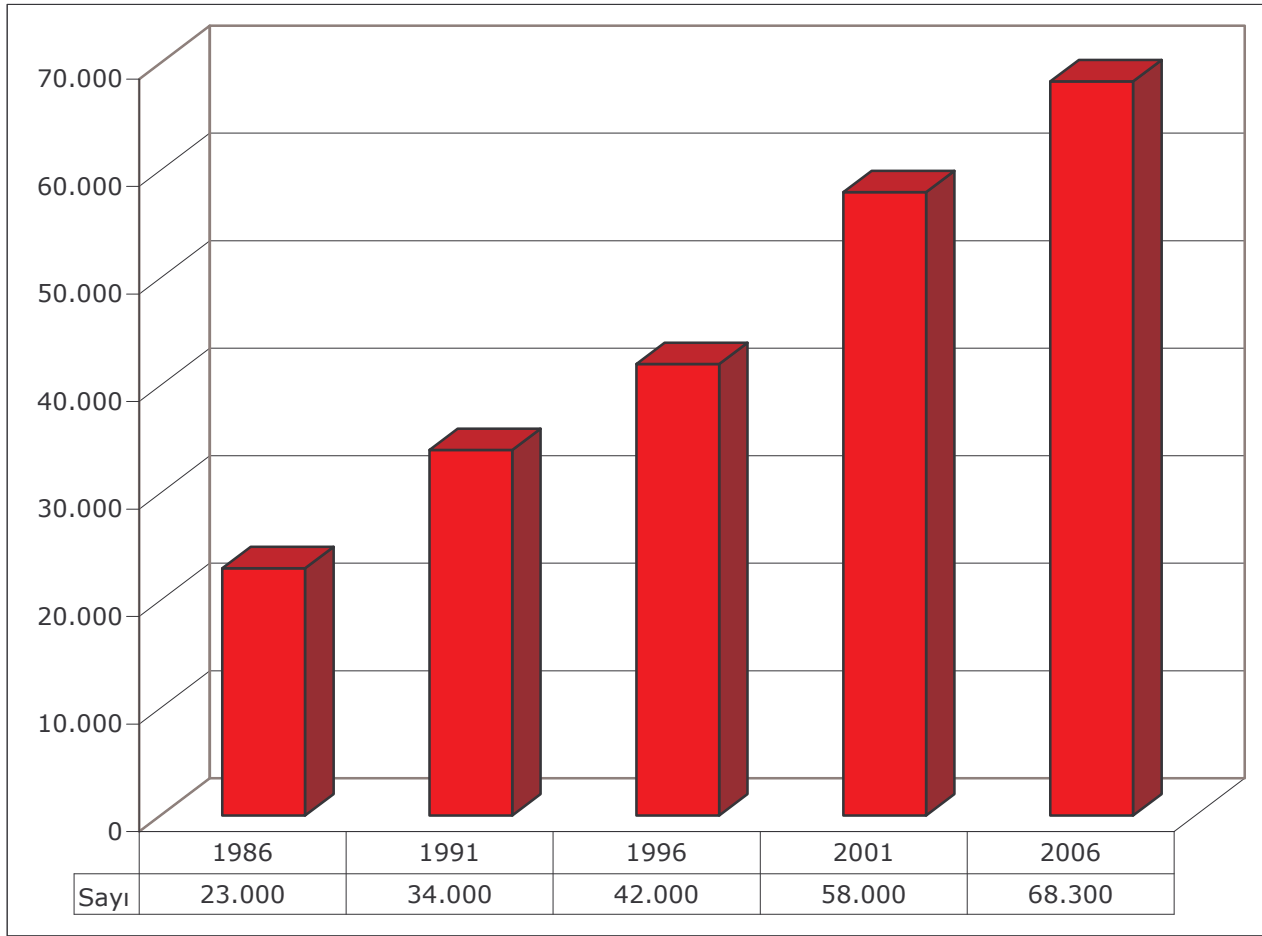
Türk kökenli girişimciler, ülkede yaşayan en büyük etnik girişimci grubu olarak Almanya'daki etnik ekonominin dinamosu işlevini görüyorlar.

Türk göçmenler arasında girişimcilik eğilimi kırılmaya uğramaksızın devam etmektedir. 2006 yılında da bir önceki yıla göre sayıda artış gözlenmiştir. Serbest çalışan Türklerin sayısı Kasım-Aralık 2006'da 68.300'e ulaşmıştır. Bir önceki yıl 64.600 olan sayıdaki büyüme % 5,7'ye tekabül etmektedir. Türkiye Araştırmalar Merkezi Vakfı'nın Türk haneleriyle Almanya'da gerçekleştirdiği

anketin sonuçları her on Türk ailesinden birinin geçimini serbest çalışma yoluyla sağladığını ortaya koymaktadır.

Türk girişimcilerin 1986 yılında 23.000 olan sayısı, bugün 68.300'e ulaşmıştır. Aynı dönemde Türk nüfus ise 1,4 milyondan 2,7 milyona çıkmıştır. Nüfusta görülen yaklaşık iki kat artışa karşın, girişimci sayıları aynı dönemde üçe katlanmıştır.

Almanya'daki Türk Kökenli Girişimcilerin Sayısal Gelişimi (1986-2006)



Kaynak: Türkiye Araştırmalar Merkezi, Essen 2007

1. Almanya'daki Türk Girişimcilerin Ekonomik Gücü

1.1. Ciro ve Yatırım Gelişimi

Türk etnik ekonomisindeki genişleme Almanya'nın her yerinde görülebilir. Bugün Almanya'nın büyük kentlerinde ticaret, gastronomi, zanaatkarlık veya hizmet sektöründe faaliyet gösteren bir Türkün mal ve hizmet satışı yapmadığı hemen hemen bir semt yok gibidir. Ancak çok sayıda işletmenin son beş-on yıllık süre zarfında kurulmuş oldukları faktörü de göz önüne alındığında pazarda yerleşikleşme için geçen süre oldukça kısadır. Buna karşın söz konusu girişimci grubu, makroekonomik düzlemde kayda değer ekonomik rakamlara erişmektedir. Almanya'da faaliyet gösteren 68.300 Türk girişimcinin toplam yıllık ciroları 31,6 Milyar Euro'yu bulmaktadır. Ortalama yıllık ciroları 462.000 Euro olan işletmelerin büyük bölümünü aile işletmeleri teşkil etmektedir. Bununla beraber aralarından sürekli büyüyen ve yerleşikleşen işletmeler doğmaktadır. Yeni kurulan işletmelerin sayısındaki son üç yılda görülen açık artış, küçük işletmelerin oranına ağırlıklı olarak yansiyarak yıllık ciro rakamlarında düşüşe yol açmıştır.

Almanya'daki Türk Girişimcilerin Ekonomik Gücünün Sayısal Gelişimi (1986-2006)

Gösterge	Yıl				
	1986	1991	1996	2001	2006
Sayı	23.000	34.000	42.000	58.000	68.300
İşletme Başına Ortalama Yatırım (Euro)	90.000	93.000	106.000	118.000	112.500
Toplam Yatırım Hacmi (Milyar Euro)	2,1	3,2	4,4	6,8	7,7
İşletme Başına Ortalama Ciro (Euro)	370.000	385.000	435.000	467.000	462.000
Toplam Yıllık Ciro (Milyar Euro)	8,5	13,1	18,3	27,1	31,6
İşletme Başına Çalışan Sayısı	3,4	3,6	4,4	5,3	4,9
Toplam Çalışan Sayısı	78.000	122.000	186.000	307.000	335.000
Kaynak: Türkiye Araştırmalar Merkezi Vakfı, Essen 2007					

Bu trend en açık biçimde yatırım hacimlerinde görülebilir. Son yıllarda ortalama yatırım miktarlarında yükselmeden ziyade düşüş gözlemlenmektedir. Almanya'daki Türk girişimcileri 2006 yılında işletme başına ortalama 112.500

Euro'luk yatırım miktarına ve toplamda 7,7 milyar Euro yatırım hacmine erişmiştir.

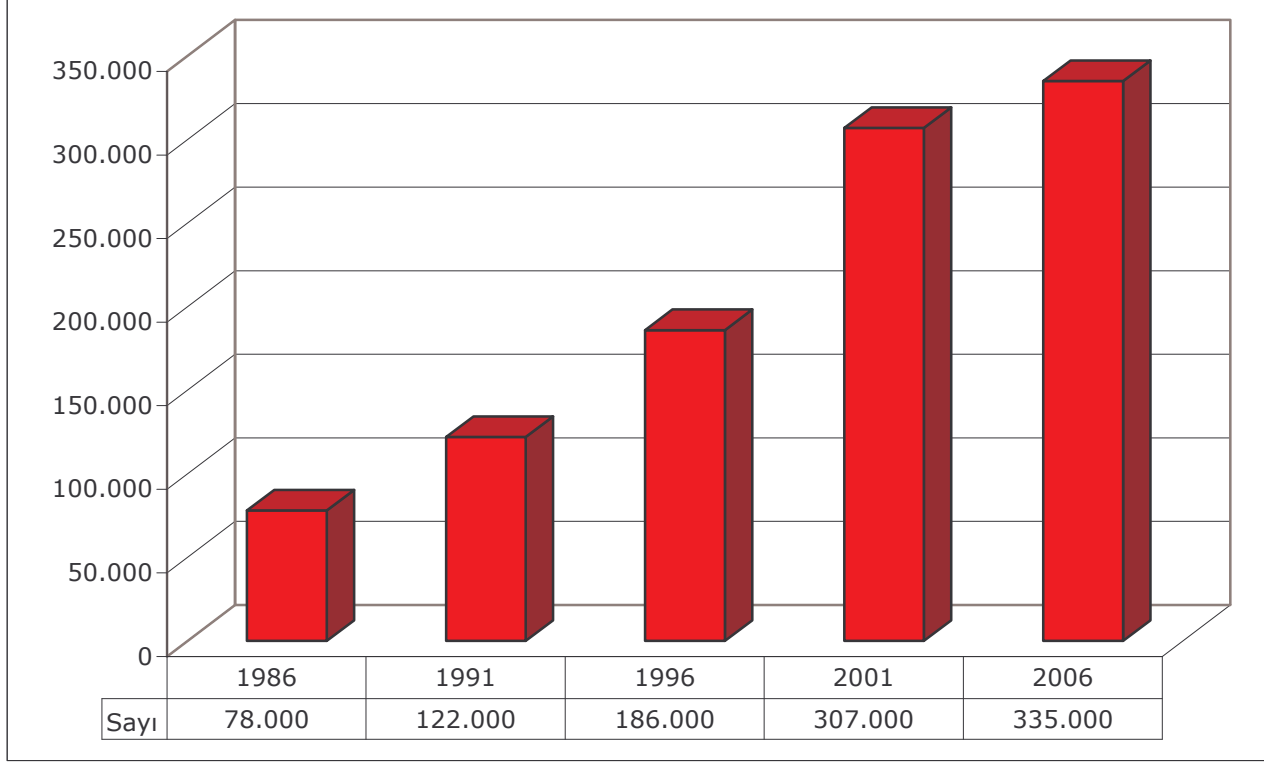
1.2. Türk işverenler ekonomik katılım şansları sunuyor

İşletmelerin pazara yerleme ve profesyoleşme derecelerinden bağımsız olarak bağımsız çalışan Türkler önemli bir iş piyasası da geliştirmişlerdir. Yalnızca aile fertleri ve sosyal çevrelerinde yer alan kişilere değil, genel iş piyasasında kendine yer arayan herkese mesleki bir perspektif sunmaktadırlar.

Bu bağlamda işletmelerin iş piyasası fonksiyonu, özellikle Türkiye'den yeni göç edenlere iş piyasasına giriş için fırsat sağlamaktadır. Aile birleşimleri ile Almanya'ya gelen çok sayıda göçmen işe girişte diğer göçmenlerin arkasında kalmaktadır. Etnik ekonomi ise sunduğu yarım ve tam zamanlı iş olanakları ile Alman iş piyasasına ilk giriş konusunda fırsatlar sunmaktadır.

Türk işletmelerinin iş piyasası fonksiyonu Türk kökenli bağımsız çalışanların sayısındaki artışa paralel ortaya çıkmıştır. Son yıllarda işletme başına çalışan sayısı 4,9'a düşmüş olmasına karşın, toplam istihdam rakamı olarak 335.000 kişiye ulaşılmaktadır. Ortalama çalışan sayılarındaki azalma son beş yıllık dönemin işyeri kurma akımına bağlanabilir. Yeni kurulan işletmeler hala pazarda yerlerini sağlamlaştırma çabası içerisindeyler.

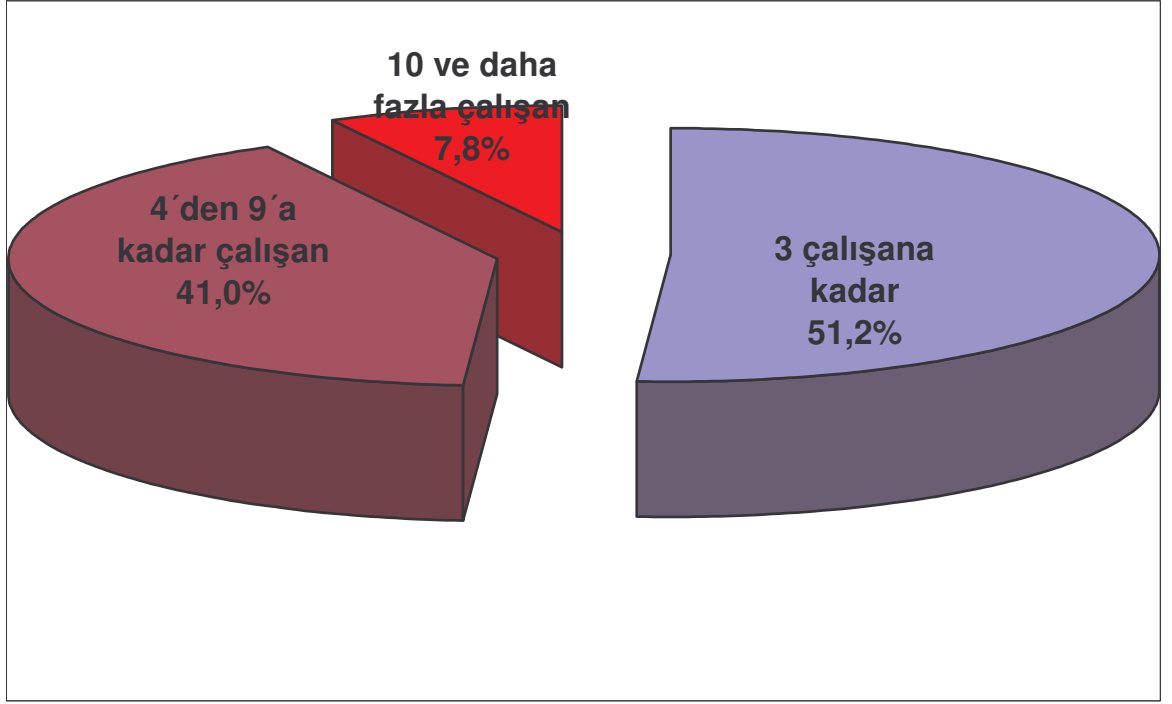
Almanya'daki Türk Girişimcilerin Çalışanların Sayısal Gelişimi (1986 – 2006)



Kaynak: Türkiye Araştırmalar Merkezi, Essen 2007

Çalışanlar arasında Türk kökenliler ağırlıktadır. Artan pazar birleşimine karşın, Türk kökenli girişimciler personel seçiminde kültürler arası iletişim yeteneğine öncelik tanımakta, hem Alman hem de Türk kökenli müşteri ve ürün/hizmet sağlayıcılarla iletişim kurabilecek kişileri tercih etmektedirler. TAM Vakfı'na düzenlenen anketin sonuçları Türk göçmen işletmelerinde çalışanların % 80'inin Türk kökenlilerden, % 13'ünün Alman kökenlilerden ve % 7'sinin de Türkiye dışından gelen göçmenlerden oluştuğunu göstermektedir.

Bir başka açıdan bakıldığında, işletmelerin büyük bölümünün en fazla üç personel çalıştırdıkları görülmektedir. Bu grupta işletmelerin % 51'i yer almaktadır ve içerimini küçük aile işletmeleri meydana getirmektedir. TAM'ın Türk işletmelerini personel sayıları bakımından tasnifinde en fazla üç çalışanlı işletmeler küçük aile işletmeleri, 4-9 çalışanlı işletmeler orta büyüklükte işletmeler ve 10 ile daha fazla personel çalıştıran işletmeler ise büyük işletmeler olarak tanımlanmaktadır. Bunlardan ortaboy işletmeler aile üyeleri dışında personele de istihdam olanağı tanırken, büyük boy işletmelerle beraber küçük aile işletmelerinin aksine Türk kökenli olmayan çalışanları istihdam etmektedirler.

İşletmelerin Büyüklükleri (Çalışan Sayılarına göre Türk İşletmeleri) 2006

Kaynak: Türkiye Araştırmalar Merkezi, Essen 2007

1.3. Türk işletmeri hemen hemen tüm sektörlerde temsil ediliyor

Türk kökenli girişimcilerin gerçekliği ile kamuoyundaki imajları arasında büyük bir uçurum görünmektedir. Kamuoyunca döner büfesi sahibi veya manav olarak algılanan Türk girişimcilerin son yıllardaki dinamik gelişimi bu algılamayla hemen hemen hiç örtüşmemektedir. Son 20 yıl içerisinde Türk girişimcilerde sayısal olduğu kadar, niteliksel bir gelişim de söz konusudur. Küçük büfeler restaurantlara, dönerciler büyük imalathanelere, uçak bileti satıcıları hizmet içerimi geniş seyahat acentelerine dönüşmüştür. İşletmeler daha ziyade daha önce de olduğu gibi, daha az bürokrasi ve güçlük içeren sektörlerde yoğunlaşırken, özel koşullar gerektiren (sertifika, uzmanlık belgesi) işler de çekici hale gelmeye başlamıştır. Zanaat alanında gidilen yasa değişiklikleri ve Türk kökenli meslek eğitimi öğrencilerinin ağırlıklı olarak zanaat alanına yönelmeleri sayesinde, Türk kökenlilere ait zanaat işletmelerinin sayısı artmaktadır. Artışın gözlemlendiği bir diğer sektör ise hizmetler alanı. Bunlar arasında son on yılda pazarda yer almaya başlayan üniversite mezunlarınca gerçekleştirilen bilgi yoğun hizmetler de yer almaktadır.

Son yıllarda meydana gelen değişikliklere karşın, ticaret ve gastronomi Türk girişimcilerin ağırlıklı çalışma konuları olma özelliklerini korumaktadır. Eğilim sektörel yapıda farklılaşmaya dönüktür. Genç Türk göçmenlerce edinilen, öğrenilen yeni mesleklerin çokluğu bağımsız çalışma alanlarına artan biçimde yansımaktadır.

Türk Girişimcilerin Sektörel Dağılımı (2006)

Ticari Sektör	Sayı	Oran
Zanaat, İmalat ve İnşaat Sektörü	11.700	17,2
Ticaret	22.800	33,4
Lokantacılık (Gastronomi)	18.100	26,5
Hizmet Sektörü	15.700	22,9
Toplam	68.300	100,0
Kaynat: Türkiye Araştırmalar Merkezi Vakfı, Essen 2007		

1.4. Türk İşletmelerinin Büyük Bölümü Şahıs Şirketleri

Türk işletmelerinin ağırlıklı bölümünü (%78.3) şahıs şirketleri teşkil etmektedir. Toplam değere bakıldığında bu Almanya çapında 53.500 şahıs şirketine tekabül etmektedir. Yaklaşık olarak 10 girişimciden biri ortaklarıyla beraber basit şirket sahibiyken, limited şirketlerin oranı % 9,2'dir. Diğer şirket türleri ise % 3'lük dilimde yer almaktadır.

Şirketlerin Hukuki Statüleri (2006)

Hukuki Statü	Sayı	Oran
Şahıs Şirketi	53.500	78,3
Adi Şirket (GbR)	6.500	9,5
Limited Şirket (GmbH)	6.300	9,2
Diğer	2.000	3,0

Toplam	68.300	100
Kaynak: Türkiye Araştırmalar Merkezi Vakfı, Essen 2007		

1.5. Türk Kökenli Girişimciler Pazarda Yeni

TAM tarafından gerçekleştirilen girişimci anketleri, Türk kökenli girişimcilerin mevcut iş alanından bağımsız olarak ne kadar süredir bağımsız çalıştıklarını ortaya koymaktadır. Girişimcilik mevcut iş sahasından daha uzun bir süreye yayılabileceğinden böyle bir yöntem izlenmiştir. Elde edilen veriler girişimcilerin üç kategorisi altında tasnif edilebileceğini göstermektedir.

1. Kısa Tecrübe: 5 Yıldan daha az süredir faaliyet gösteren kuruluş ve geliştirme aşamasındaki girişimciler: Girişimcilerin % 45'i bu kategori altında değerlendirilebilir. Bununla beraber iki yıldan daha az süreli tecrübe sahibi girişimcilerin oranı % 11,2'dir. Tecrübeler göstermektedir ki, yeni kurulan işletmelerin gelecekleri ilk iki yıl içinde belli olmaktadır. Özellikle ilk iki yılda finansal koşullar yeterince güçlendirilemekte, örgütsel yapı yeterince gerçekleşme olanağı bulamamaktave gerekli işletmecilik bilgisi oldukça yetersiz kalmaktadır. İşletmelerin pazarda uzun kalmaları ölçüsünde başarı düzeyleri yükselmektedir.

2. Yeterli Tecrübe: 6-10 yıldır faal koruma ve yerleşikleşme aşamasındaki girişimciler: Anket sonuçları girişimcilerin % 29,2'sinin kuruluş evresini başarılı biçimde arkalarında bıraktıklarını göstermektedir.

3. Tecrübeli girişimciler: 10 yıldan fazla süredir faal girişimciler: Türk kökenli girişimcilerin % 25,8'i bu aşamada bulunmaktadır. Tüm girişimciler arasında 11-15 yıldır faal olanların oranı % 13 iken, 16 yıl ve daha fazla süredir aktif girişimcilerin oranı % 12,8'dir. Bu grup içerisinde girişimcilik tecrübeeri 40 yıla dek uzanan kişileri de bulmak mümkündür. Bu kişilerin girişimcilik hikayeleri Almanya'ya Türk göçü tarihi kadar uzundur.

1.6. Türk kökenli girişimciler ekonomik uyumu sağlamış durumda

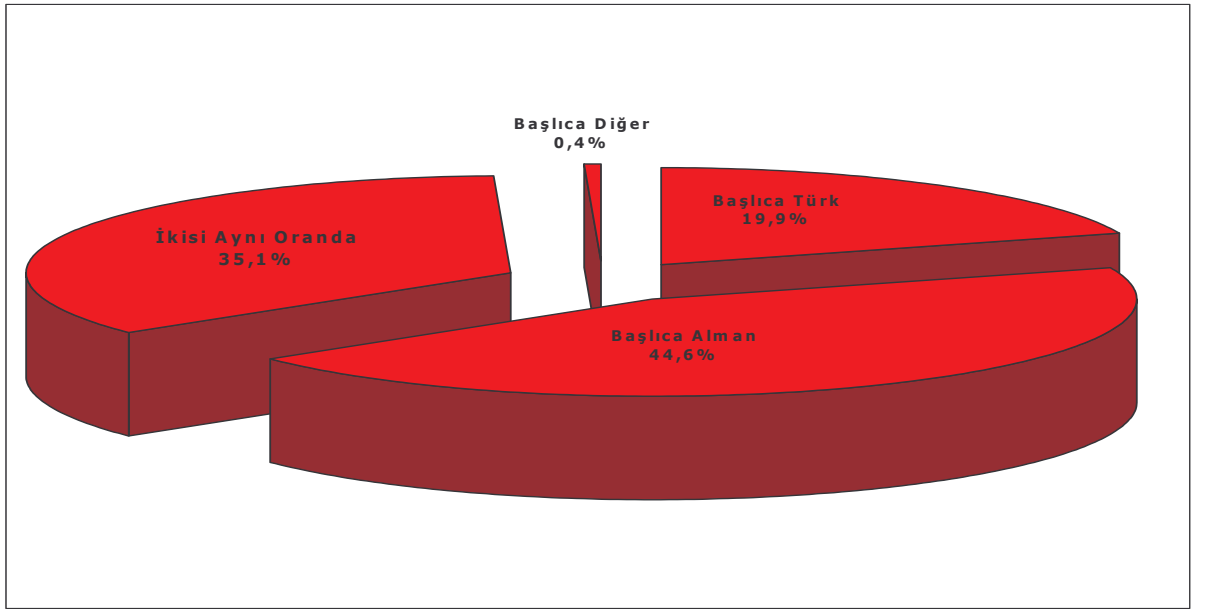
Türk kökenli girişimcilerin etnik niş içerisinde yalnız kendi uluslarından kişilere hizmet sunmaları konusu çok uzun süredir aşılmıştır. Mevcut durumda Türk kökenli girişimcilerin büyük çoğunluğunun (% 44,6) ana müşteri grubunu Almanlar oluşturmaktadır. Ankete katılan girişimcilerin % 35,1'i Alman ve Türk müşterilerin dengeli olduğunu söylerken, ana müşteri grubunu Türklerin meydana getirdiği işletmelerin oranı yalnızca % 19,9'dur.

Mal ve hizmet alınan temin edici firmalarla ilişkiler konusunda durum benzer nitelik arz etmektedir. Girişimcilerin büyük bölümü (%45,7) mal ve

hizmetlerinin Alman kuruluşlarından temin ederken, % 30, 3'ü Türk ve Alman ürün/hizmet sağlayıcılarının her ikisi ile % 23,3 ise Türklerle çalışmaktadır.

Türk girişimcilerin Alman ürün/hizmet sağlayıcılarla ilişkileri Türk kökenli girişimcilerin ekonomik etkisini yansıtmaktadır. Almanlarla iş ilişkileri olan işyerleri bu işletmelerin cirolarını yükseltirken, Alman işyerlerinde mevcut iş yerlerinin sağlanlaştırılması veya yeni istihdam olanaklarının doğmasının sağlamaktadırlar.

Almanya'daki Türk Girişimcilerin Müşteri İlişkileri (2006)



Kaynak: Türkiye Araştırmalar Merkezi, Essen 2007

1.7. Almanya'daki Türk Girişimcilere Dair Demografik Veriler

TAM tarafından düzenlenen anketten elde edilen veriler girişimcilerin büyük çoğunluğunun bulunulan ülkeyle özdeş, eğitimsel ve mesleki bir sosyalizasyona sahip olduklarını ortaya koymaktadır. Elde edilen verilere göre Almanya'daki Türk kökenli girişimciler,

- Gençtir. Girişimcilerin yaş ortalaması 37,8'dir.
- Yerleşiklerdir. Yaklaşık % 43,5'i Alman vatandaşlığına sahiptir.
- Oldukça uzun süredir Almanya'da yaşamaktadırlar. Ortalama oturma süresi 23,6 yıldır.

- Çoğunluğu erkeklerden oluşmaktadır. Buna karşın kadın girişimci sayısı yükselmektedir. Kadın girişimci oranı mevcut durumda % 24,2'dir.
- Niteliklidirler. % 75'i bir meslek diplomasına sahiptir.

Türk kökenli girişimciler yüksek motivasyonları, riske açık oluşları ve başarımları ile Almanya'daki arz yapısını genişletmişlerdir. Kendi girişimcilik geleneklerine yeni faktörlerin dahil edilmesi Türk kökenli girişimcilerin dinamik gelişimini ve uyumunu devam ettirecektir. Bu trendin orta ve uzun vadede sürmesi beklenmelidir.

II. Avrupa Birliği'nde Türk Girişimciler

1961'de Almanya Federal Cumhuriyeti ile ilk işgücü alım antlaşmasını imzalayan Türkiye Cumhuriyeti, bu antlaşmanın benzerlerini 1964'de Hollanda, Belçika ve Avusturya ve 1965'de Fransa ile imzaladı. Bu ülkeler bugün AB'deki Türk göçünün yoğunlaştığı ülkeleri teşkil etmektedirler. Mevcut durumda 4,2 milyon nüfuslu Türk göçmenler AB nüfusunun % 1'ini teşkil etmektedirler. Bu sayıya Yunanistan'da yaşayan 150 bin Batı Trakya Türkü ile 1 Ocak 2007'de AB'ye katılan Bulgaristan ve Romanya'da yaşayan Türk azınlıklar eklendiğinde sayı 5,2 milyona (bu sayıya Kuzey Kıbrıslı Türkler dahil değildir) ulaşmaktadır. Bu şekilde Türk kökenli nüfus 8 AB ülkesinden daha yüksek bir seviyeye ulaşmakta, Türkler birliğin 19. büyük ulusal topluluğunu meydana getirmektedirler.

Avrupa Birliği Ülkelerinde Türk Nüfus

Ülke	Toplam Türk Sayısı (Bin)	Türk Vatandaşları (Bin)	AB-Vatandaşları (Bin)	AB-Vatandaşları Oranı (%)
EU-27 Ülkelerinde Türk Göçmenler				
Belçika	130	40	90	69,2
Danimarka	56	29	27	48,2
Almanya	2.710	1.760	950	35,1
Fransa	380	200	180	47,4
Hollanda	365	99	266	72,8
Avusturya	233	110	123	52,8

İsveç	63	12	51	80,9
Büyük Britanya	150	70	80	62,5
Diğer 19 AB-Ülkeleri	130	120	10	7,7
Toplam (1)	4.217	2.440	1.777	42,1
Türk Azınlıklar				
Yunanistan	150	-	150	-
Bulgaristan	750	-	750	-
Romanya	70	-	70	-
Toplam (2)	970	-	970	-
AB'deki Türk göçmenler ve azınlıklar				
EU-27 Toplam. (1+2)	5.187	2.440	2.747	53,0
Kaynak: Eurostat, İlgili Ülkelerin İstatistik Daireleri, TAM Hesaplamaları			Türkiye Araştırmalar Merkezi	

Almanya'da olduğu gibi AB ülkelerinde yaşayan Türkler görece genç bir nüfus oluşturmaktadırlar. Bu bağlamda hedef ülkelerde kendilerine bir perspektif kurmak isteyen iş kurma çağındaki dinamik bir gruptan söz edilebilir. Yeni yerleştikleri ülkelerle bağları vatandaşlığa geçiş rakamlarına yansıyan Türk göçmenlerin 1,77 milyonluk bölümü Avrupa Birliği vatandaşlığına sahiptir. Diğer yandan Türkler buldukları ülkelerin ekonomik yaşamı için de önemli bir faktör haline gelmeye başlamıştır. AB-15 ülkelerinde bağımsız çalışarak geçimlerini sağlayan Türk girişimcilerin sayısı 101.000'e ulaşmıştır.

Sayılarla AB-15 Ülkelerinde Türk Girişimcilerin Gelişimi (2006)

Gösterge	1996	2001	2006
Girişimci Sayısı	56.500	81.000	101.000
İşletme Başına Ortalama Yatırım (€)	99.500	109.000	108.000
Toplam Yatırım Hacmi (milyar €)	5,6	8,8	10,9

İşletme Başına Ortalama Ciro (€)	386.500	430.800	435.000
Yıllık Toplam Ciro (milyar €)	21,8	34,9	43,9
İşletme Başına alışan Sayısı	4,1	5,0	4,7
Toplam İstihdam	232.000	405.000	474.000
Kaynak: Türkiye Araştırmalar Merkezi, Essen 2007			

AB'deki Türk girişimcilerin büyük bۆlümü (% 68) Almanya'da yaşamaktadır. Bunun ardından Fransa ve Hollanda gelmektedir. 1996'dan 2006'ya kadar geçen 10 yıllık dۆnemde Türk işletmelerinin yatırım hacimleri 5,6 milyar Euro'dan 10,9 milyar Euro'ya yükselmiştir. 1996'da elde edilen 21,8 milyar Euro'luk ciro 2006 itibariyle 43,9 milyar Euro'ya ulaşmıştır. Büyümeye paralel, istihdam edilen personel sayılarında da yükselme olmuştur. 1996'da 232.000 olan çalışan sayısı, bugün 474.000 seviyesindedir. Avrupa'daki Türk girişimciliğinin Almanya'da olduğu gibi oldukça yeni olduğu göz önüne alınırsa orta ve uzun vadede büyümenin süreceği beklenmelidir.

AB'nin yeni üyeleri Polonya, ek Cumhuriyeti ve Macaristan sayısal olarak önemli bir Türk işletmeciliği barındırmaktadırlar. Bu ülkelerde yaşayan Türklerin hemen hemen tamamı yaşamlarını bağımsız çalışma yoluyla kazanmaktadır. 2007 başında AB'ye katılan Bulgaristan ve Romanya'daki Türk nüfus da göz önüne alındığına ilgili sayılara 23.500 Türk kökenli girişimci daha eklenmektedir. Bu şekilde AB genelinde Türk kökenli girişimci sayıları 124.500'e ulaşmaktadır.

AB'deki Türk kökenli göçmen ve azınlık girişimcilerinin ekonomik gücü (Tahmini değerler)

Ülke	Girişimci
Yeni Üyeler	
EU-10 (01.05.2004'den beri yeni AB-Üyeler)	3.500
Bulgaristan (01.01.2007'dan itibaren)	9.000
Romanya (01.01.2007'den itibaren)	11.000
Toplam	23.500
AB-Toplam	
Yeni Üye Ülkeler (2004+2007)	23.500
EU-15 Toplam	101.000
EU-27 Toplam	124.500
Kaynak: Türkiye Araştırmalar Merkezi, Essen 2007	

TAM'ın telefon anketleri yoluyla derlediği veriler toplam değerler üzerine uygulandığında, AB'de yaşayan yaklaşık 124.500 Türk kökenli girişimcinin 16,2 milyar Euro'luk bir yatırım hacmine ulaştıkları ve 622.500 kişiye istihdam olanağı sağladıkları görülmektedir.