

Leren door te doen of doen door te leren?



Een onderzoek naar drijfveren, opleidingsachtergronden en ontwikkelingsbehoeften van allochtone ondernemers in verswaren

Auteurs:
Groep 359
Rolf Heling
Stefan de Pooter
Jeltje Alexa Roetink
Gerrit van Vliet
Jorien Zeilmaker

Coach: Karin Pauls
Datum: 7 december 2007
Vakcode: YAM-60312

Leren door te doen of doen door te leren?

Een onderzoek naar drijfveren, opleidingsachtergronden en ontwikkelingsbehoeften van allochtone ondernemers in verswaren

Datum: 7 december 2007

Opdrachtgevers:
Ministerie van LNV
Community culturele diversiteit groen onderwijs

Auteurs:
Groep 359

Rolf Heling (rolf.heling@wur.nl)
Stefan de Pooter (stefan.depooter@wur.nl)
Jeltje Alexa Roetink (jeltje.roetink@wur.nl)
Gerrit van Vliet (gerrit.vanvliet@wur.nl)
Jorien Zeilmaker (jorien.zeilmaker@wur.nl)

Coach: Karin Pauls (karin.pauls@wur.nl)

Dit rapport is gemaakt door studenten van Wageningen Universiteit als onderdeel van hun MSc-opleiding. Het is géén officiële publicatie van Wageningen Universiteit of Wageningen UR. Wageningen Universiteit neemt middels dit rapport geen formele positie in, noch representeert het haar visie of mening in deze.

Copyright © 2007 Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze publicatie mag worden verveelvoudigd of openbaar gemaakt worden, in enige vorm of op enige wijze, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de auteurs.

Samenvatting

Dit onderzoek naar drijfveren om een onderneming te runnen, opleidingsachtergronden en ontwikkelingsbehoeften van allochtone ondernemers in verswaren is uitgevoerd in opdracht van het ministerie van LNV en de community culturele diversiteit groen onderwijs.

Er zijn twee redenen voor dit onderzoek. Ten eerste om meer kennis te krijgen over allochtone ondernemers die een bedrijf in verswaren runnen. Ten tweede is dit onderzoek uitgevoerd omdat er een relatief laag percentage allochtonen een opleiding aan het groen onderwijs volgt in vergelijking met andere opleidingscentra. De allochtone ondernemer die verswaren verkoopt is dan mogelijk ook een doelgroep voor bijvoorbeeld agrarische opleidingscentra.

De doelstelling voor dit onderzoek is als volgt:

Het in kaart brengen van de drijfveren, opleidingsachtergronden en ontwikkelingsbehoeften op het gebied van ondernemerschap van allochtone ondernemers die actief zijn in de verkoop van versproducten; waardoor de mogelijkheid wordt verschaft aan zowel het ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit als (groene) onderwijsinstellingen om in te spelen op behoeften van de allochtone ondernemer.

Het onderzoek is uitgevoerd aan de hand van interviews, een workshop en een eindanalyse. Hierbij is het onderzoek ingekaderd in de hedendaagse wetenschappelijke literatuur. Er zijn 12 allochtone ondernemers en 3 vertegenwoordigers van belangenorganisaties geïnterviewd. Daarna is er een workshop gegeven voor de opdrachtgevers en mensen vanuit het groen onderwijs. In de workshop is aan de hand van de resultaten van de interviews gekeken naar mogelijke ingangen om deze groep ondernemers te betrekken bij het groen onderwijs.

Er zijn vier beweegredenen voor het starten van een onderneming, namelijk: economische redenen, reactieve redenen, culturele achtergronden en ondernemingsdrang. In het onderzoek komt naar voren dat vooral economische redenen en ondernemingsdrang de voornaamste motieven zijn voor het runnen van de onderneming.

De allochtone ondernemer leert vooral door te doen. Ongeveer de helft van de geïnterviewde ondernemers heeft niet bewust voor het ondernemerschap gekozen, maar is er bijvoorbeeld ingerold omdat een pand dat toevallig te koop stond, ze zagen dat andere ondernemers in verswaren erg succesvol waren, of op advies van mensen binnen het netwerk van de ondernemers, bijvoorbeeld oud-collega's. Het netwerk van familie, vrienden en bekenden is erg belangrijk voor de allochtone ondernemer. Het netwerk bestaat voornamelijk uit mensen van dezelfde allochtone afkomst en speelt een belangrijke rol voor het opstarten van de onderneming. Het kapitaal en de informatie voor het opstarten van een onderneming haalt de ondernemer hoofdzakelijk uit dit netwerk. In geval van problemen of onduidelijkheden wordt er hulp gezocht bij familie, vrienden of de boekhouder. De boekhouder vervult een belangrijke functie, hij is vaak ook een soort van adviseur voor de ondernemer. Men leert door vallen en opstaan. Een intensieve samenwerking tussen de verschillende ondernemers zien veel ondernemers niet als een mogelijkheid. Dit komt voort uit een onderling gebrek aan vertrouwen.

De ondernemers hebben verschillende motieven om verswaren te verkopen. Zo kan de klant om verswaren hebben gevraagd, is het een product dat men altijd nodig zal blijven hebben, of is bestaande bedrijfsvoering (verkoop van verswaren) overgenomen. Vanuit de (oud) belangenvereniging geeft men aan dat kopieer gedrag ook een belangrijke reden vormt voor het verkopen van verswaren. Veel ondernemers leren ondernemerschap in verswaren door gewoon te beginnen in plaats van dat men vooraf een opleiding volgt. De ontwikkelingsachtergronden zijn erg verschillend. Het volgen van een opleiding of cursus is dan ook geen bepalende voorwaarde voor het al dan niet starten van een onderneming.

De belangrijkste conclusie voor het groen onderwijs uit het rapport is dat er een samenwerking tussen het groen onderwijs en de allochtone ondernemers in verswaren mogelijk is, maar dat hierbij wel de randen van het groene domein moeten worden opgezocht. Daarnaast is een persoonlijke aanpak richting de allochtone ondernemer noodzakelijk. De allochtone ondernemer zoekt niet uit zichzelf contact met het groen onderwijs, het initiatief moet vanuit het groen onderwijs komen.

Voorwoord

Dit onderzoek is gedaan in het kader van het Academische Master Cluster (AMC) dat een vast onderdeel is van verschillende studieprogramma's binnen Wageningen Universiteit. Naast het voltooien van een onderzoek had het tot doel om te leren samenwerken binnen een multidisciplinair team.

Het onderzoek is geschreven voor het ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit (LNV), de community culturele diversiteit groen onderwijs en voor iedereen die geïnteresseerd is in allochtone ondernemers die verswaren verkopen (met daarbij een relatie tot het groen onderwijs).

Wij als AMC projectteam kijken met veel plezier terug op het gehele onderzoeksproject. We zijn erg dankbaar voor de ondersteuning die we door verschillende personen hebben gehad. Deze ondersteuning heeft er aan bijgedragen dat het gehele onderzoek een succes is geworden en onze opdrachtgevers hebben kunnen voorzien in de inzichten waar ze naar zochten.

Allereerst willen we onze coach, Karin Pauls bedanken voor de ondersteuning gedurende het gehele project doormiddel van groepscoaching en adviezen met betrekking tot het doen van onderzoek en het schrijven van dit rapport.

Daarnaast willen we onze opdrachtgevers bedanken te name Esther Wouters van de community culturele diversiteit en Martijn Root, van het ministerie van LNV. Wij willen jullie bedanken voor het toevertrouwen van deze mooie opdracht, de bemoedigingen en de gegeven adviezen om dit project mede tot een succes te maken. Als laatste willen we onze experts Thomas Lans van de leerstoelgroep Educatie en Competentiestudies en Wim de Jong van Praktijkonderzoek Plant en Omgeving, bedanken. Thomas Lans willen we bedanken voor zijn verbeteradviezen met betrekking tot het onderzoeksvoorstel en dit rapport en het aandragen van nieuwe informatie omtrent leren in relatie tot ondernemerschap. Wim de Jong willen we bedanken voor het geven van inhoudelijke adviezen met betrekking tot het organiseren van de workshop. Wat mede door zijn aandeel een succes is geworden.

Er rest ons niets anders dan u veel leesplezier te wensen.

Wageningen, december 2007

Rolf Heling
Stefan de Pooter
Jeltje Alexa Roetink
Gerrit van Vliet
Jorien Zeilmaker

Inhoudsopgave

| | | |
|----------|--|-----------|
| 1 | Inleiding | 6 |
| 1.1 | Aanleiding van het onderzoek | 6 |
| 1.2 | Onderzoeksvragen | 7 |
| 1.2.1 | Probleemstelling | 7 |
| 1.2.2 | Doelstelling | 7 |
| 1.2.3 | Deelvragen..... | 8 |
| 1.2.4 | Fase in de interventiecyclus | 8 |
| 1.3 | De opdrachtgevers..... | 8 |
| 1.4 | Opbouw rapport | 8 |
| 2 | Theoretische achtergrond en definities | 9 |
| 2.1 | Allochtoon ondernemerschap | 9 |
| 2.2 | De ondernemer | 10 |
| 2.2.1 | De allochtone ondernemer en drijfveren | 10 |
| 2.2.2 | Leerbehoeften en leermogelijkheden van ondernemers | 11 |
| 2.3 | Netwerken en ondernemen..... | 12 |
| 2.5 | Sociale netwerken en de theorie van weak ties..... | 14 |
| 3 | Methodische verantwoording..... | 16 |
| 3.1 | onderzoeksproces..... | 16 |
| 3.2 | Onderzoeksopzet | 17 |
| 3.2.1 | Literatuurstudie | 17 |
| 3.2.2 | Interviews..... | 17 |
| 3.2.3 | Data analyse..... | 19 |
| 3.2.4 | Workshop..... | 19 |
| 3.2.5 | Eindanalyse & verslaglegging..... | 19 |
| 3.2.6 | Model onderzoeksopzet..... | 19 |
| 4 | Resultaten..... | 21 |
| 4.1 | Introductie..... | 21 |
| 4.2 | Drijfveren | 22 |
| 4.3 | Start van de onderneming..... | 24 |
| 4.4 | Ontwikkelingsbehoeften | 26 |
| 4.5 | Het breder netwerk van de ondernemer | 28 |
| 4.6 | De allochtone ondernemer en onderwijsinstellingen | 29 |
| 4.7 | Ten slotte..... | 30 |
| 4.7.1 | Samenvatting..... | 30 |
| 4.7.2 | Verbanden en conclusies | 30 |
| 5 | Betekenis van de resultaten voor het groen onderwijs..... | 32 |
| 5.1 | Introductie..... | 32 |
| 5.2 | Workshop | 33 |
| 5.3 | Relatie onderzoeksresultaten en het AOC..... | 34 |
| 5.3.1 | Allochtone ondernemer versus AOC | 34 |
| 5.3.2 | AOC versus allochtone ondernemer | 34 |
| 5.4 | Geëxploreerde samenwerkingverbanden | 35 |
| 5.5 | Conclusie en evaluatie | 36 |
| 6 | Conclusies en aanbevelingen | 37 |
| 6.1 | Conclusie..... | 37 |
| 6.1.1 | Motieven voor allochtonen om een onderneming te runnen | 37 |
| 6.1.2 | Opleidings- en ontwikkelingsachtergrond van de allochtone ondernemer..... | 37 |
| 6.1.3 | Ontwikkelingsbehoeften op het gebied van ondernemerschap van de allochtone ondernemer..... | 37 |
| 6.1.4 | Relatie tussen de motivatie voor allochtonen om een onderneming te starten en hun ontwikkelingsbehoeften | 38 |
| 6.2 | Aanbevelingen voor groen onderwijs..... | 38 |

| | | |
|----------|--|-----------|
| 7 | Discussie | 39 |
| 7.1 | Verschil allochtonen en autochtonen | 39 |
| 7.2 | Vergelijking Almelo en Utrecht..... | 39 |
| 7.3 | Ontvangen en geven in relatie tot het netwerk | 39 |
| 7.4 | Boekhouder als ingang voor het AOC | 39 |
| 7.5 | Bias ten aanzien van vrijheid | 39 |
| 7.6 | Discriminatie..... | 40 |
| | Literatuurlijst | 41 |
| | Bijlage 1: Interviewprotocol belangenorganisaties | 43 |
| | Bijlage 2: Interviewprotocol ondernemers | 44 |
| | Bijlage 3: Kritische Incidenten Techniek | 47 |
| | Bijlage 4: Foto's | 49 |
| | Bijlage 5: Bevindingen Almelo | 56 |
| | Bijlage 6: Bevindingen Utrecht | 61 |
| | Bijlage 7: Workshop | 67 |

1 Inleiding

In dit hoofdstuk wordt de aanleiding en achtergrond van het onderzoek beschreven. Daarbij zullen de probleemstelling en doelstelling worden gegeven, diverse concepten toegelicht en zullen de opdrachtgevers worden geïntroduceerd.

1.1 Aanleiding van het onderzoek

Het aantal allochtonen dat in Nederland een opleiding volgt in het groen onderwijs is laag, minder dan 1% van de leerlingen in het groen onderwijs is van allochtone afkomst (Ungvári, 2002). In vergelijking met de cijfers over het aantal leerlingen met een allochtone afkomst op een ROC (Regionaal Opleidings Centrum) of vakinstelling, is 73% autochtoon en 27% allochtoon (bron: MBO Raad¹). De onderwijs inspectie spreekt dan ook in haar onderwijsverslag 2005-2006 haar zorgen uit over het opvallend lage percentage allochtonen binnen het agrarische opleidingscentra (AOC) en de daling van het aantal studenten in het groene HBO (Inspectie van het onderwijs, 2007).

In de beleidsreactie van de minister van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap en de minister van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit op dit onderwijsverslag 2005/2006², is te lezen dat de inspanningen van de afgelopen jaren om meer allochtonen te werven, weinig hebben opgeleverd. Het groene MBO probeert haar opleidingsaanbod aantrekkelijker te maken voor allochtonen en voor (andere) jongeren uit grootstedelijke gebieden. Tegelijkertijd is er een stijgende lijn zichtbaar in het aantal autochtone studenten in het groene VMBO. Deze groeiende populariteit van het agrarisch VMBO onder autochtone jongeren is deels een vorm van uitwijkgedrag; autochtone leerlingen kiezen bewust voor het agrarisch onderwijs omdat agrarisch onderwijs weinig populariteit onder allochtone leerlingen kent (Vogels, 2006).

Er studeren dus verhoudingsgewijs weinig allochtonen aan het groen onderwijs ten opzichte van andere (regionale) opleidingscentra. Het ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit (LNV) draagt, samen met het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschappen (OC&W), de verantwoordelijkheid over dit zogenaamde "groen onderwijs."³ Het ministerie van LNV wil de culturele diversiteit in het groen onderwijs dan ook hoger op de agenda plaatsen. Daarnaast wil het ministerie van LNV graag te weten komen waarom er weinig allochtonen voor het groen onderwijs kiezen.

Hierbij vindt het ministerie van LNV het belangrijk om te weten hoe het groen onderwijs voor allochtonen aantrekkelijker kan worden gemaakt. Om hier inzicht in te krijgen is een community opgezet: de community culturele diversiteit groen onderwijs. Het doel van deze community is om de culturele diversiteit in het groen onderwijs te bevorderen. De doelen van de community zijn onder andere het vergroten van het draagvlak voor culturele diversiteit op groen onderwijsinstellingen en het uitwisselen van kennis en ervaringen tussen medewerkers van deze onderwijsinstellingen. De community stimuleert het contact tussen de allochtone ondernemer en het groen onderwijs. Dit geeft de mogelijkheid dat beide partijen elkaar vinden en een eventuele samenwerking tot stand gebracht kan worden.

Het werk van de community is erg belangrijk gezien het feit dat de huidige leerlingen van het groen onderwijs de toekomstige ondernemers en werknemers zullen zijn die een belangrijke positie kunnen gaan bekleden in huidige pluriforme multiculturele samenleving. Het is dan ook belangrijk dat deze leerlingen de kans wordt geboden om te werken aan interculturele competenties.

Bij het betrekken van allochtonen in het groen onderwijs moet niet alleen aan scholieren worden gedacht die net van de middelbare school komen. Naast dit reguliere onderwijs biedt het AOC ook deeltijdopleidingen, avondcursussen en andere opleidingsmogelijkheden aan voor volwassenen. Een interessante doelgroep voor de AOC's zou dan ook de allochtone ondernemer⁴ kunnen zijn. Hierbij

¹ <http://www.mboraad.nl/web/show/id=252368>, bekeken op 3 december 2007.

² <http://www.minocw.nl/documenten/16196a.pdf>, bekeken op 3 december 2007.

³ Onder het "groen onderwijs" vallen onderwijsinstellingen die onderwijs verzorgen op het gebied van landbouw, voeding en natuur. Hieronder vallen de AOC's, maar ook de Hogere Agrarische Scholen en Wageningen Universiteit (WU).

⁴ Het begrip ondernemer betekent in deze context 'zelfstandige'. Een definitie van het begrip allochtoon ondernemen zal in hoofdstuk 2 worden gegeven.

kan gedacht worden aan ondernemers met een winkel waarin verse (landbouw) producten verkocht worden, zoals toko's en groentewinkels. Tevens vormen ondernemers een belangrijke schakel tussen onderwijs en de (beroeps)praktijk. Gezien het feit dat allochtone ondernemers een steeds grotere groep onder de startende bedrijven in Nederland vormen kunnen zij als een belangrijke schakel tussen het onderwijs en de (beroeps)praktijk dienen⁵.

Het ministerie van LNV heeft het projectteam gevraagd om een verkennend onderzoek (pilotstudy) uit te voeren naar de drijfveren, opleidingsachtergronden en ontwikkelingsbehoeften op het gebied van ondernemerschap onder allochtone ondernemers die verswaren verkopen.

1.2 Onderzoeksvragen

In deze paragraaf worden de probleem- en doelstelling geformuleerd. Hierbij zullen ook de belangrijkste begrippen kort worden toegelicht en de deelvragen worden weergegeven. Tevens wordt de fase waarin het onderzoek zich binnen de interventiecyclus bevindt beschreven.

1.2.1 Probleemstelling

Voor dit onderzoek is de volgende probleemstelling geformuleerd:

Wat zijn de drijfveren, opleidingsachtergronden en ontwikkelingsbehoeften op het gebied van ondernemerschap van allochtone ondernemers die actief zijn in de verkoop van verse producten in Utrecht en Almelo?

Er is bewust niet gekozen voor termen met betrekking tot leren omdat deze te veel geassocieerd zouden kunnen worden met specifieke opleidingen die aangeboden worden, terwijl dit leren ook op andere wijze plaats zou kunnen vinden. Zo kunnen ondernemers ook leren van bedrijfsbezoeken, contacten met klanten en leveranciers en informatie uit boeken of van radio of TV⁶. De in de probleemstelling geïntroduceerde begrippen zullen hieronder kort worden toegelicht:

- Allochtone ondernemers: Ondernemers met een niet Nederlandse etniciteit (eventueel naast hun Nederlandse etniciteit). Dit kunnen zowel eerste als tweede generatie allochtonen zijn.
- Drijfveren: Wat de allochtone ondernemers drijft om een winkel in verswaren te beginnen. Een winkel kan bijvoorbeeld overgenomen zijn van ouders of zelf zijn opgezet. De reden om een onderneming te starten kan veel zeggen over het type ondernemer(s).
- Opleidingsachtergronden: Welke opleidingen en/of cursussen de allochtone ondernemer in het verleden gevolgd heeft (zowel afgerond als niet afgerond). Door dit aspect te onderzoeken kan worden geanalyseerd wat voor opleidingen allochtone ondernemers gevolgd hebben en kan worden bekeken of hier een patroon in te ontdekken valt.
- Ontwikkelingsbehoeften: De aspecten waarin de allochtone ondernemer zich verder in wil bekwamen (op het gebied van ondernemerschap). Als blijkt dat meerdere ondernemers zich nog in een bepaald vakgebied verder willen ontwikkelen, kan dit voor het groen onderwijs een mogelijkheid vormen om nader in contact te treden met deze groep ondernemers. Ontwikkelingsbehoeften is een vraaggericht concept dat uitgaat van de wensen van de persoon.

1.2.2 Doelstelling

De doelstelling voor het onderzoek was als volgt geformuleerd:

Het in kaart brengen van de drijfveren, opleidingsachtergronden en ontwikkelingbehoeften op het gebied van ondernemerschap van allochtone ondernemers die actief zijn in de verkoop van versproducten; waardoor de mogelijkheid wordt verschaft aan zowel het ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit als (groene) onderwijsinstellingen om in te spelen op behoeften van de allochtone ondernemer.

⁵ Bron: EIM (2004). Monitor etnisch ondernemerschap 2004. Zoetermeer: Economisch Instituut voor Midden- en Kleinbedrijf.

⁶ Gebaseerd op Lans et al. (2004). In hoofdstuk 2 zal dieper op verschillende manieren om te leren worden ingegaan.

1.2.3 Deelvragen

Om de doelstelling te behalen en de probleemstelling te beantwoorden, zijn de volgende vier onderzoeksvragen geformuleerd:

1. Wat zijn de motieven voor allochtonen om een onderneming te runnen?
2. Wat is de opleidings- en/of ontwikkelingsachtergrond van de allochtone ondernemer met betrekking tot het runnen van de onderneming?
3. Wat zijn de ontwikkelingsbehoeften op het gebied van ondernemerschap van de allochtone ondernemer?
4. Wat is de relatie tussen de motivatie voor allochtonen om een onderneming te starten en hun ontwikkelingsbehoeften?

Bij de deelvragen 2 en 3 is een verschil te maken tussen hetgeen de ondernemers hebben geleerd/nog zouden willen leren en hoe de ondernemers leren/geleerd hebben. Dit onderscheid is in acht genomen bij het beantwoorden van deze deelvragen.

1.2.4 Fase in de interventiecyclus

De interventiecyclus bestaat uit vijf fasen: het formuleren van de probleemstelling, een diagnose van het probleem, het ontwerpen van een oplossing, het invoeren van de verandering en het evalueren van de resultaten van de interventie. De probleemstelling van dit project is reeds geformuleerd en erkend door alle belanghebbenden. In de diagnostische fase worden de achtergronden en oorzaken voor het probleem onderzocht (Verschuren & Doorewaard, 1999). Dit onderzoek over drijfveren van allochtone ondernemers valt binnen de diagnostische fase, maar ook binnen de volgende fase, het ontwerpen van een oplossing. Door het groen onderwijs in het onderzoek te betrekken, wordt aan het einde van het onderzoek getracht een aantal aanbevelingen te doen welke een bijdrage kunnen leveren aan de oplossing van het probleem.

1.3 De opdrachtgevers

De opdracht is verstrekt door twee opdrachtgevers te weten: het ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit en de community culturele diversiteit groen onderwijs. Daarnaast is de leerstoelgroep Educatie en Competentie Studies van Wageningen Universiteit bijzonder geïnteresseerd in de resultaten van het onderzoek. Hieronder zullen de specifieke opdrachtgevers belicht worden.

Ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit (LNV)

Het ministerie van LNV wil inzicht krijgen in de motieven van allochtone ondernemers om een eigen zaak te beginnen. Hierbij zijn zij vooral geïnteresseerd in ondernemers die verse producten in hun assortiment voeren, zoals groente, fruit, vlees, zuivel, brood en andere verse producten. De uitkomsten van het onderzoek wil het LNV gebruiken om te bepalen welke mogelijke vervolgstappen kunnen worden genomen om de aansluiting tussen allochtonen en autochtonen met betrekking tot het groen onderwijs te versterken.

Community culturele diversiteit groen onderwijs

Vanuit het ministerie van LNV is er een community opgezet die zich bezig houdt met het bevorderen van culturele diversiteit binnen het groen onderwijs. Deze community is in het bijzonder geïnteresseerd in de resultaten van het onderzoek om inzicht te krijgen in de mogelijkheden die het groen onderwijs heeft, of zou kunnen ontwikkelen om allochtonen te laten deelnemen aan het groen onderwijs.

1.4 Opbouw rapport

Hoofdstuk 2, theoretische achtergronden en definities, gaat dieper in op de voor dit onderzoek relevante literatuur en beschrijft de bevindingen uit vorige onderzoeken naar allochtoon ondernemerschap. Hoofdstuk 3 beschrijft vervolgens de onderzoeksopzet en geeft een omschrijving van de gebruikte onderzoeksmethoden. Hoofdstuk 4 beschrijft de resultaten van het onderzoek en in hoofdstuk 5 wordt de relatie tussen de onderzoeksresultaten en het groen onderwijs/de AOC's gelegd. Hoofdstuk 6 geeft de conclusie en aanbevelingen weer en hoofdstuk 7 bestaat uit de discussie.

2 Theoretische achtergrond en definities

Dit hoofdstuk beschrijft het theoretisch raamwerk van het onderzoek. In dit hoofdstuk zullen verschillende theorieën geïntroduceerd en toegelicht worden met betrekking tot allochtoon ondernemerschap. Het onderzoek schetst een beeld van de allochtone ondernemer. Om dit beeld zo duidelijk mogelijk weer te geven is er literatuur gebruikt om te kijken wat er zoal over allochtoon ondernemerschap geschreven is.

2.1 Allochtoon ondernemerschap

Het begrip allochtoon is een lastig begrip, binnen de verschillende contexten kan het verschillen van betekenis. Hierbij kan gedacht worden aan gebruik in media, politiek en het dagelijkse leven. In dit onderzoek wordt de definitie van allochtoon gebruikt die afkomstig is van het Centraal Bureau voor de Statistiek⁷ (CBS). “Iemand wordt tot allochtonen gerekend als ten minste één van de ouders in het buitenland is geboren”. Het CBS maakt tevens een onderscheid in westerse en niet-westerse allochtonen: “Tot de niet-westerse allochtonen worden diegenen gerekend die hun herkomst hebben in Turkije of landen in Afrika, Latijns-Amerika en Azië, met uitzondering van Indonesië en Japan”. Alle overige personen die hun herkomst niet in Nederland hebben, worden tot de westerse allochtonen gerekend”. De respondenten in dit onderzoek vallen onder de groep niet-westerse allochtonen.

Allochtoon ondernemen wordt door Lambrecht omschreven als het geheel van winkels, restaurants, diensten en ambachten opgezet door allochtone minderheden (Lambrecht, 2002). Bovenkerk ziet dat allochtone ondernemingen vooral in de handel en ambacht actief zijn (Bovenkerk, 1983). Vaak zijn allochtone ondernemingen gericht op de informele sector van de economie, zijn ze arbeidsintensief, starten ze vaak als familieonderneming en zijn ze deels gericht op het land van herkomst. Een andere definitie betreffende allochtone ondernemers is dat de eigenaar van de onderneming van allochtone herkomst is. Ook onderneemt een allochtone ondernemer op allochtone wijze als hij of zij beroep doet op de sociale structuren van zijn gemeenschap (Wagemans, 2001).

Volgens Smit, projectleider etnisch ondernemerschap bij MKB-Nederland starten steeds meer allochtone ondernemers vrije beroepen. “De sterke groei laat zich niet alleen vanuit positieve oorzaken verklaren. Allochtonen hebben niet altijd gemakkelijk toegang tot de arbeidsmarkt, onder meer door geen of onvoldoende opleiding. Een eigen bedrijf beginnen is dan een alternatief.”⁸ Dit beeld wordt ondersteund door onderzoeksresultaten⁹ van het Sociaal Cultureel Planbureau (SCP). Weliswaar constateert het SCP een toename van het aantal allochtonen met een vaste baan of eigen bedrijf, maar het stelt tegelijkertijd vast dat de werkloosheid onder allochtonen is verdubbeld van bijna 10 procent in 2001 tot meer dan 20 procent in 2005 (tegen 9 procent onder autochtonen). Zelfs wanneer rekening wordt gehouden met verschillen in opleiding en leeftijd, dan nog hebben allochtonen meer kans op werkloosheid dan autochtonen. Dat geldt met name voor de tweede generatie Marokkanen en eerste generatie Antillianen.

Uit onderzoek is gebleken dat allochtone ondernemers het niet beter of slechter dan hun autochtone collega's doen. Allochtone ondernemers scoren echter wel minder als het gaat om continuïteit. Een allochtoon bedrijf houdt het gemiddeld 4,4 jaar vol, een autochtoon bedrijf 8,5 jaar.¹⁰ Vaak hebben allochtone ondernemers een gebrekkiger kennis van de Nederlandse regelgeving en meer moeite met de omgang met de fiscus. “Jonge(re) allochtone ondernemers van de tweede en derde generatie hebben vaak een betere opleiding en weten goed de weg te vinden, een sterk pluspunt is hun servicegerichtheid.”¹¹

⁷ www.cbs.nl/nl-NL/menu/methoden/toelichtingen/alfabet/a/allochtoon.htm. bekeken op 22 oktober 2007.

⁸ www.mkb.nl/Ondernemen!/Artikelen/359_476.389, bekeken op 5 december 2007.

⁹ Idem.

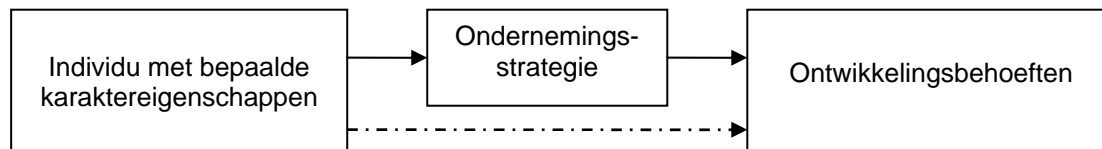
¹⁰ Idem.

¹¹ Idem.

2.2 De ondernemer

De ondernemer staat centraal in dit onderzoek. Met ondernemer wordt in dit onderzoek bedoeld iemand die in een tak van handel of bedrijf zelfstandig, voor eigen rekening en risico werkt¹². In dit onderzoek zijn alle ondervraagden zelfstandig ondernemer en runnen vaak een eenmanszaak. De strategie die een ondernemer hanteert omvat niet alleen de keuze van de soort onderneming, het soort product en de plaats waar hij dat aanbiedt, maar ook de concurrentiestrijd die hij voert en de reclame die hij maakt. De mogelijke strategieën kunnen sterk verschillen van individu tot individu omdat de mogelijkheden begrensd worden door het individu zelf, het overheidsbeleid, de markt en de vestigingsfactoren (Tilkioglu, 2001).

De strategieën die door het individu wordt beïnvloed, hangt sterk samen met de karaktereigenschappen van het individu, wat doorwerkt in de ontwikkelingsbehoeften.



Figuur 2.1 Schema relatie karaktereigenschappen, ontwikkelingsbehoeften

Wanneer motieven, deels gevormd door karaktereigenschappen, om een onderneming te starten verschillen. Dan zullen ook de ondernemingstrategie en de ontwikkelingsbehoeften van ondernemers verschillen. De verhouding tussen drijfveren en ontwikkelingsbehoeften is daarmee een relevante vraag.

Het herkennen van kansen is een belangrijke eigenschap voor ondernemers. "Identifying and selecting the right opportunities for new business are among the most important abilities of a successful entrepreneur (Stevenson et al., 1985; Ardichvili, Cardozo en Ray, 2003). Er zijn twee karaktereigenschappen gevonden die gerelateerd zijn aan succesvol "opportunity recognition" (Ardichvili, Cardozo en Ray, 2003). Ten eerste de relatie tussen optimisme en een hogere "opportunity recognition" (idem). Ten tweede is de creativiteit ook een persoonlijkheidskenmerk dat van invloed is op de opportunity recognition (idem). Het persoonlijke netwerk van de ondernemer brengt de karaktereigenschappen en het domein van kennis en ervaring samen.

2.2.1 De allochtone ondernemer en drijfveren

Onderzoek naar de motieven van allochtone ondernemers om een onderneming op te runnen is grotendeels begonnen vanaf de jaren '80. Veel allochtonen startten in die jaren een eigen onderneming, wat voor diverse auteurs een aanleiding was om hier onderzoek naar te doen. Men ontwikkelden theorieën en modellen om een beter inzicht te krijgen in de motieven van de allochtone ondernemer. De meest gebruikte en bruikbare indeling is terug te vinden bij Jenskins (1984) en Bovenkerk(1983). Zij hebben een viertal modellen/theorieën ontwikkeld om beter inzicht te krijgen waarom allochtone ondernemers ondernemen. De modellen zijn identiek aan elkaar, maar de auteurs hebben de modellen andere benamingen gegeven.

Model 1: Economisch kansenmodel of theorie van allochtone infrastructuur

"Het *economische kansenmodel* probeert het ontstaan van de allochtone middenstand in concentratiebuurten te verklaren". De zelfstandigen voldoen aan de wensen van de eigen allochtone groep door hen de gewenste producten en diensten aan te bieden. Het netwerk van de allochtone ondernemer steunt bijna geheel op familie, dit wordt in stand gehouden door communicatie en informatie. Door het netwerk ontstaat als ware een eigen allochtone infrastructuur.

Model 2: Reactiemodel of theorie van werkloosheid en discriminatie

"Volgens het *reactiemodel* beginnen allochtonen een eigen zaak om de werkloosheid en de discriminatie op de arbeidsmarkt te ontvluchten". Uit de Monitor Etnisch Ondernemen (2004) van onderzoeksbureau EIM blijkt dat het aantal allochtone ondernemers sterker stijgt dan het aantal

¹² van Dale, www.vandale.nl, bekeken op 17 september 2007.

autochtone ondernemers. De sterke groei laat zich niet alleen vanuit positieve oorzaken verklaren, zegt Smit, projectleider etnisch ondernemerschap bij MKB-Nederland. "Allochtonen hebben niet altijd gemakkelijk toegang tot de arbeidsmarkt, onder meer door geen of onvoldoende opleiding. Een eigen bedrijf beginnen is dan een alternatief". Dit beeld wordt ondersteund door onderzoeksresultaten van het Sociaal Cultureel Planbureau (SCP). Weliswaar constateert het SCP een toename van het aantal allochtonen met een vaste baan of eigen bedrijf, maar het stelt tegelijkertijd vast dat de werkloosheid onder allochtonen is verdubbeld van bijna 10 procent in 2001 tot meer dan 20 procent in 2005 (tegen 9 procent onder autochtonen)¹³.

In een artikel van het NRC¹⁴ "Moet discriminatie op de arbeidsmarkt aangepakt worden?" kwam duidelijk naar voren dat allochtonen zich voelen gediscrimineerd op de arbeidsmarkt. Belemmeringen bij het vinden van werk zouden niet alleen terug te voeren zijn op een lager opleidingsniveau, minder werkervaring en een geringe beheersing van de Nederlandse taal. Dat wijst volgens het SCP op discriminatie dat is de conclusie van het Sociaal en Cultureel Planbureau (2007). Antidiscriminatiebureaus krijgen jaarlijks ongeveer vierhonderd klachten over discriminatie op de arbeidsmarkt. De meeste zijn afkomstig van Marokkanen. Ruim 80 procent van de klachten handelden over discriminatie op basis van ras. Veel klachten gaan over het gevoel ongelijk te zijn behandeld om het dragen van een hoofddoek.

Model 3: Culturele model of theorie van oorspronkelijke van ondernemersmigratie

Volgens het *culturele model* wordt het allochtoon ondernemerschap bepaald door traditie en kennis verworven in het land van herkomst. In de samenleving van het herkomstland is het zelfstandig ondernemerschap een beroep wat de belangrijkste vorm van inkomstenverwerving is.

Model 4: Ondernemersmodel of theorie van de ondernemingsdrang

De vorige modellen/theorieën benadrukken het allochtoon aspect van de allochtone ondernemers. Zeker bij de nieuwe generaties allochtonen zou het kunnen dat dit aspect in steeds mindere mate de drijfveer tot ondernemen wordt en dus ondergeschikt wordt aan een drang tot ondernemen die we ook bij veel autochtonen terug vinden: je eigen baas zijn, iets van jezelf opstarten. Deze ondernemingsdrang kan voortkomen uit ervaringen uit het verleden. Deze ervaring kan opgedaan zijn in loondienst, maar ook wanneer de ouders een eigen onderneming hadden. Deze ondernemingsdrang vertaalt zich vaak door het karakter en de persoonlijkheid van de ondernemer.

Een allochtone ondernemer laat zich natuurlijk niet in een hokje plaatsen. Hierdoor is een combinatie van twee of meer van bovenstaande motieven goed mogelijk. In het onderzoek naar allochtonen in Utrecht en Almelo zullen bovengenoemde modellen dan ook niet leidend zijn, maar alleen als achtergrondinformatie dienen.

2.2.2 Leerbehoeften en leermogelijkheden van ondernemers

Een aspect van dit onderzoek is het in kaart brengen van de ontwikkelingsbehoeften van allochtone ondernemers in verswaren. In de literatuur wordt in dit verband ook wel over leerbehoeften gesproken. Om uitspraken te doen over de leerbehoeften van deze groepen is het van belang om allereerst in te gaan op het concept leerbehoeften. In Bergeijk, van den Bor en Leeuwis (1990) wordt de complexiteit rondom leerbehoeften inzichtelijk gemaakt door telkens twee aspecten tegenover elkaar te zetten. Deze aspecten kunnen naast elkaar bestaan en overlappen elkaar ook enigszins.

Zo zijn er allereerst *subjectieve* en *objectieve* leerbehoeften. Subjectieve behoeften zijn de leerbehoeften zoals ervaren door degene met een behoefte. Objectieve behoeften zijn de leerbehoeften die zich voordoen na observatie van de situatie van degene die wil leren. Daarnaast zijn er *manifeste* en *latente* leerbehoeften. Hier gaat het om de mate waarin men bewust is van een gemis aan kennis of vaardigheden. Er kan een leerbehoefte zijn waar men zich niet bewust van is. Naast deze tweedelingen is er ook nog een onderscheid te maken tussen behoeften op de korte termijn en behoefte op de lange termijn en algemene tegenover actuele leerbehoeften.

De vraag die hier, met het oog op dit onderzoek, naar voren komt is dan ook: wie bepaalt en stelt vast welke leerbehoeften relevant zijn? Zijn dit degenen die de leerbehoefte hebben; de allochtone ondernemers, de onderzoekers die de allochtone ondernemers observeren, of zijn dat diegenen die de leerbehoefte in zouden kunnen vullen; de onderwijsinstellingen. Een andere vraag die zich voordoet is dan: op welke leerbehoeften zou er ingespeeld moeten worden? *Individuele* tegenover

¹³ http://www.mkb.nl/Ondernemen!/Artikelen/359_476.389 door Willem Franssen, bekeken op 3 december 2007

¹⁴ <http://weblogs.nrc.nl>, bekeken op 30 november 2007.

collectieve leerbehoeften. Inspelen op leerbehoeften van een individu of inspelen op het soort van gemiddelde van de betrokken groep allochtone ondernemers. Ook kunnen er binnen de groep weer bepaalde subgroepen bestaan met een eigen specifieke leerbehoeften. Dit zijn *gemeenschappelijke* tegenover *differentiële* leerbehoeften.

Uit deze theoretische uiteenzetting van leerbehoeften kunnen voor dit huidige onderzoek de volgende lessen getrokken worden. Ten eerste worden leerbehoeften niet uitsluitend aangedragen door de respondenten. Dit doordat leerbehoeften zowel subjectief als objectief kunnen zijn en het verschil tussen manifeste en latente leerbehoeften. Ten tweede wijst deze theorie op de gevolgen van het identificeren van leerbehoeften. Deze leerbehoeften kunnen niet eenduidig vertaald worden naar leerarrangementen.

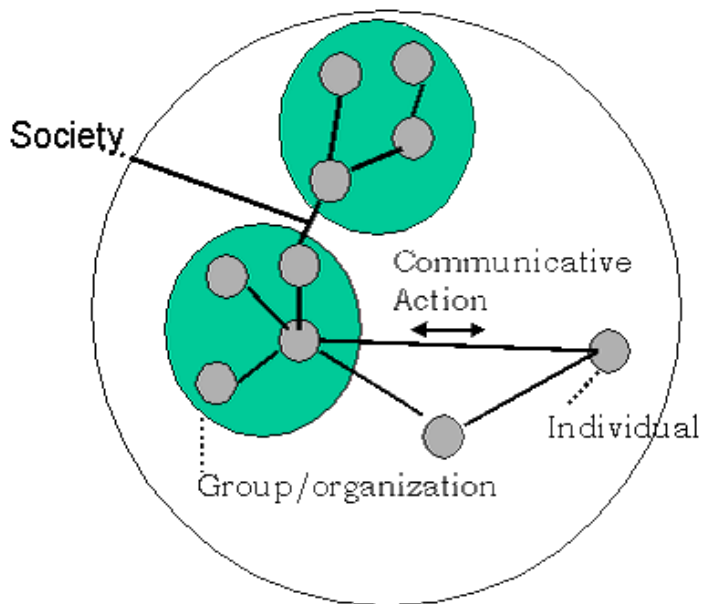
De wijze waarop men kan leren is op te delen in verschillende methoden. Dit zijn: *formeel leren*, *non-formeel leren* en *informeel leren*. (Lans et al., 2004) Formeel leren vindt plaats in onderwijs en trainingsinstellingen en leidt tot officiële diploma's en kwalificaties. Non-formeel leren vindt plaats buiten de officiële structuren en leidt niet noodzakelijk tot geformaliseerde kwalificaties. Voorbeelden hierbij zijn activiteiten bij verenigingen, vakbonden en partijen. Het leren, ongeacht het effect, gebeurt bewust. Informeel leren tenslotte is het niet-gestructureerde en onintentionele leren. Dit leren gebeurt bijvoorbeeld tijdens het werk of tijdens het samenwerken met anderen. Deze indeling maakt het mogelijk om onderzoeksresultaten aangaande ontwikkelingsbehoeften van allochtone ondernemers te classificeren in verschillende leermethoden.

2.3 Netwerken en ondernemen

De theoretische achtergrond die ten grondslag ligt van ons onderzoek is de Actor Network Theorie. Actor netwerk theorie heeft zijn oorsprong in de sociologie van wetenschap en technologie en is internationaal vooral bekend door studies van Callon, Latour en Law (Van der Duim, 2005). Tegen het einde van de 20ste eeuw was er ontzettend veel aandacht voor netwerk theorie. Onderzoek, analyse en sociaal commentaar beschreven het netwerk als de belangrijkste opkomende organisatorische structuur. Barnes gebruikte in 1954 als eerste de term sociale netwerken in zijn studie van een parochie op een Noors eiland (Bovenkerk, 1983).

De Netwerk theorie concentreert zich op de communicatiestructuur van een organisatie die in verschillende aspecten operationeel gemaakt kan worden. Structurele kenmerken die door het gebruik van netwerk analyse techniek kunnen worden onderscheiden en geanalyseerd zijn bijvoorbeeld (formele en informele) communicatie modellen in een organisatie of de identificatie van groepen binnen een organisatie (zoals cliëken of functionele groepen). Specifieke aspecten van communicatiemodellen zoals: communicatie kanalen en media die gebruikt worden door ondernemers en werknemers, de verhouding tussen informatietypen en het resulteren in communicatienetwerken zijn interessant voor onderzoek naar ondernemerschap. Kenmerken die zouden kunnen worden onderzocht zijn de gebruikte communicatie stijlen en de doeltreffendheid van de informatiestroom. Hoe komen allochtone ondernemers aan hun informatie en hoe helpt deze informatie de ondernemers verder?

Een netwerk verbind individuen, groepen, organisaties en gemeenschappen. Het denken in termen van netwerken en de methode van netwerk analyse heeft terrein gevonden in vele disciplines, inclusief in de sociale psychologie, antropologie, politicologie en wiskunde evenals communicatie. Het netwerk model moedigt onderzoekers aan om nieuwe redenen, variabelen in hun analyse te gebruiken. Bijvoorbeeld het gebruik van eigenschappen van heel het communicatie netwerk, zoals verbondenheid, integratie, verscheidenheid en openheid (Rogers and Kincaid, 1981). In de literatuur wordt veel geschreven over hoe ondernemers gebruik maken van hun netwerk. Voor dit onderzoek is het interessant om te kijken hoe ondernemers aan kennis en middelen komen om hun bedrijf op te zetten. Netwerk analyse richt zich voornamelijk op de verhoudingen tussen mensen, in plaats van op kenmerken van mensen. Deze verhoudingen kunnen de gevoelens die mensen voor elkaar hebben omvatten, de uitwisseling van informatie, of de uitwisseling goederen en geld. Door het in kaart brengen van deze verhoudingen helpt netwerk analyse de informele communicatie te onthullen. Hierdoor is het mogelijk om een beeld te schetsen van hoe de allochtone ondernemer gebruik maakt van zijn netwerk en hoe en welke informatie stromen daarbij belangrijk zijn.



Figuur 2.2 Conceptueel Model van een network society
Bron: Van Dijk 2001,2003

Actor netwerk theorie is voor dit onderzoek van belang omdat het wijst op de verhoudingen die de ondernemer heeft met zijn omgeving. Naast de relatie met een bepaald persoon of instelling heeft die relatie ook een bepaalde inhoud. De uitwisseling heeft richting en inhoud. De Actor netwerk theorie plaatst de allochtone ondernemer op voorhand al in een bepaald kader. Dit kader wordt door dit onderzoek grotendeels ingevuld.

Het belang van sociale netwerken voor het opstarten en runnen van bedrijven wordt vaak aangehaald in de literatuur. (Brass et al. 2004; Greve and Salaff 2003; Hite and Hestely 2001). De sociale netwerk theorie is een studie over hoe de sociale structuur van verhoudingen rond een persoon, groep of organisatie handelingen, geloof of gedrag treft. Sociale netwerken zijn belangrijke structuren waarin economische transacties zijn ingebed. Sociale netwerken zijn een set van: "recurrent associations between groups of people linked by occupational, familial, cultural or affective ties" (Portes, 1995). Netwerken zijn belangrijk in de economische wereld omdat zij bronnen zijn voor het verkrijgen van schaarse resources, zoals kapitaal en informatie.

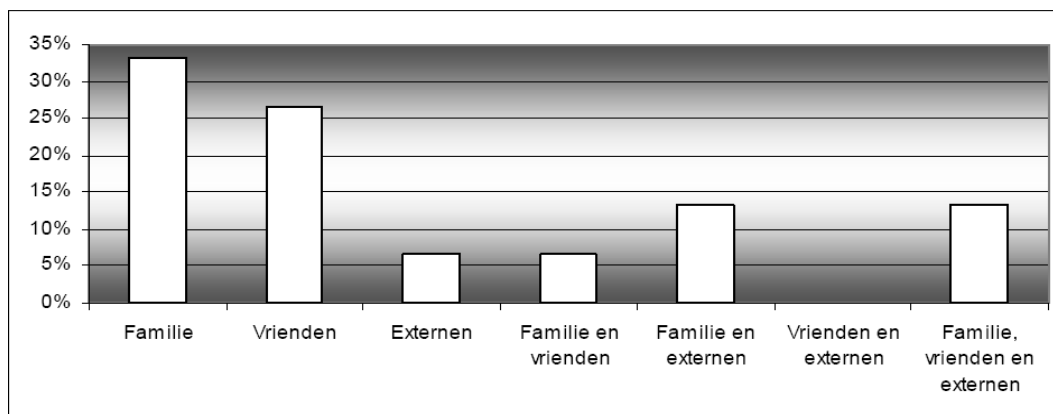
Voor dit onderzoek is het belang van netwerken in de economische context van het opstarten van een bedrijf een interessant aanknopingspunt om te onderzoeken wat de basis is waarop (allochtone) ondernemers hun bedrijf starten. Bekeken wordt hoe allochtone ondernemers aan kennis en informatie komen om een bedrijf in verswaren te beginnen en draaiende te houden.

Allochtone ondernemers beginnen, in vergelijking met autochtone ondernemers relatief sneller met het opzetten van een eigen bedrijf. Uit de Monitor Etnisch Ondernemen (2004) van onderzoeksbureau EIM blijkt dat het aantal allochtone ondernemers sterker stijgt dan het aantal autochtone ondernemers¹⁵. Allochtone ondernemers vinden vaak een baan, informatie of lenen geld binnen hun eigen sociale netwerk. Ook als het misgaat, zoals het verliezen van een baan of bedrijf kunnen zij terug vallen op hun sociale netwerk. Zo'n sociaal netwerk bestaat vaak uit familie, goede vrienden, collega's en de boekhouder.

Uit onderzoek van Tilkioglu (2001) bleek het sociaal netwerk voor de ondernemers erg belangrijk bij de keuze van de boekhouder. De keuze voor een bepaalde boekhouder is van belang omdat ze ook voor heel wat niet-boekhoudkundige problemen bij hem terecht komen. Uit zijn onderzoek bleek dat de helft van de ondernemers een boekhouder inhuurt, omdat een vriend hem heeft aangewezen. Vaak betreft het een boekhouder uit de buurt of is hij bekend binnen de vriendenkring van de ondernemer.

¹⁵ http://www.mkb.nl/Ondernemen!/Artikelen/359_476.389, bekeken op 3 december 2007.

In het onderzoek naar allochtone ondernemers in België van Tilkioglu is het aspect steun wat hij 'helpers' noemt in de winkel een belangrijk onderdeel, zie figuur 3.4. Onderstaande grafiek geeft weer door wie de Turkse ondernemers in Genk geholpen worden. Het blijkt dat familie en vrienden de belangrijkste helpers zijn van de ondernemers.



Figuur 2.3: De samenstelling van de helpers in de Turkse horecazaken in Genk.
Bron: Tilkioglu, 2001

De bovenstaande onderzoeksresultaten, over het belang van familie en vrienden voor allochtone ondernemers, zijn kaderscheppend voor dit huidige onderzoek.

Portes maakt nog een verschil tussen de size en density van netwerken. (Portes, 1995) Size refereert aan het aantal deelnemers in het netwerk en de density aan het aantal banden tussen deze actoren in het netwerk. Een ondernemer kan verschillende banden hebben zoals met familie, goede vrienden, burens, collega's, boekhouder en andere ondernemers. Het aantal banden kan verschillen tussen actoren. Een collega die assisteert in de winkel kan ook familie zijn of een goede vriend. Ook size en density van netwerken zijn kaderscheppend voor dit huidige onderzoek.

2.5 Sociale netwerken en de theorie van weak ties

Sociale netwerk theorie kent vele dimensies. Naast de size en density van netwerken zoals beschreven door Portes kunnen sociale netwerken ook begrepen worden als een combinatie van strong ties en weak ties. Een 'strong tie' is een familielid, een goede vriend of buurman die vaak op een frequente basis contact heeft met de centrale persoon. Een 'weak tie' is iemand met wie de centrale persoon niet sterk verbonden is en waarmee hij weinig contact heeft. Personen die geen familie of goede vrienden zijn en die minder dan 3 keer per week contact hebben, en in een andere buurt wonen worden gezien als 'weak ties'. (Granovetter, 1974)

Weak ties worden door Granovetter en als een brug voorgesteld die subgroepen naar unieke hulpbronnen kan verbinden. Weak ties met de juiste personen en of instellingen kunnen leiden tot nieuwe kansen en mogelijkheden. Ardichvili, Cardozo en Ray halen Granovetter aan volgens hen stelt hij dat: "weak ties (including casual acquaintances) are bridges to information sources not necessarily contained within an individual's strong-tie network (including friends and family). Granovetter argues that the casual acquaintance is more likely to provide unique information than are close friends, because most people have more weak than strong ties" (Ardichvili, Cardozo en Ray, 2003). Weak ties kunnen dus een belangrijke bron zijn om bestaande patronen te doorbreken.

In het klassieke werk van Granovetter over weak ties beschreef hij hoe mensen banen vonden, gebaseerd op de kennis om vele banen door persoonlijke contacten te vinden voor fabrieksarbeiders. Andere studies hadden voorgesteld dat dit ook geldt voor vakmannen, technici en leidinggevenden (Brown, 1967; Shapero, Howell, & Tombaugh, 1965). Deze theorie over weak en strong ties is onderdeel van sociale netwerk theorie. Het sociale netwerk biedt onder andere instrumentele steun zoals, financiële middelen en kinderopvang door familieleden, strong ties. Deze steun biedt een buffer voor tegenslagen (LoRocco, House, & French, 1977; Warren, 1981). Verder kan het sociale netwerk doormiddel van contacten en informatie de kansen en mogelijkheden voor het eigen bedrijf aanzienlijk beïnvloeden. Dit kan zowel via de weak ties als via de strong ties. Het innovatieve en vernieuwende is

veelal afkomstig van weak ties, omdat strong ties geneigd zijn om dezelfde informatie te verstrekken en hun centrale positie te behouden.

Op het gebied van strong ties en weak ties is nog veel discussie. Beide hebben zowel voor als nadelen. Voordeel van een strong tie kan zijn dat de sterke band met zijn familie een ondernemer kan helpen in de vorm van sociaal kapitaal: "doordat de allochtone ondernemer toegang heeft tot bepaalde netwerken start hij eerder een eigen bedrijf, is zijn kans op overleving groter en kan hij meer succesvol zijn dan wanneer hij die toegang niet zou hebben" (Flap et al. 2000).

Het kan ook een nadeel zijn, omdat familieleden bijvoorbeeld bepaalde producten uit zijn winkel willen meenemen zonder hiervoor te betalen. Een ander nadeel kan zijn dat de ondernemer zich teveel op het nabije netwerk richt, waardoor men in een isolement kan raken. "Met isolement wordt bedoeld dat allochtone ondernemers zich sterk richten op de eigen groep en minder op de autochtone groep of op andere allochtone groeperingen. Voor deze interne gerichtheid kan een verklaring worden gevonden in het sociaal kapitaal waarover de allochtone ondernemer beschikt, i.c. zijn toegang tot bepaalde netwerken" (Masurel, 2002).

Het voordeel van weak ties is dat het een objectieve en nieuwe informatie kan opleveren. Het nadeel is dat de weak ties lastiger te bereiken, er is minder loyaliteit.

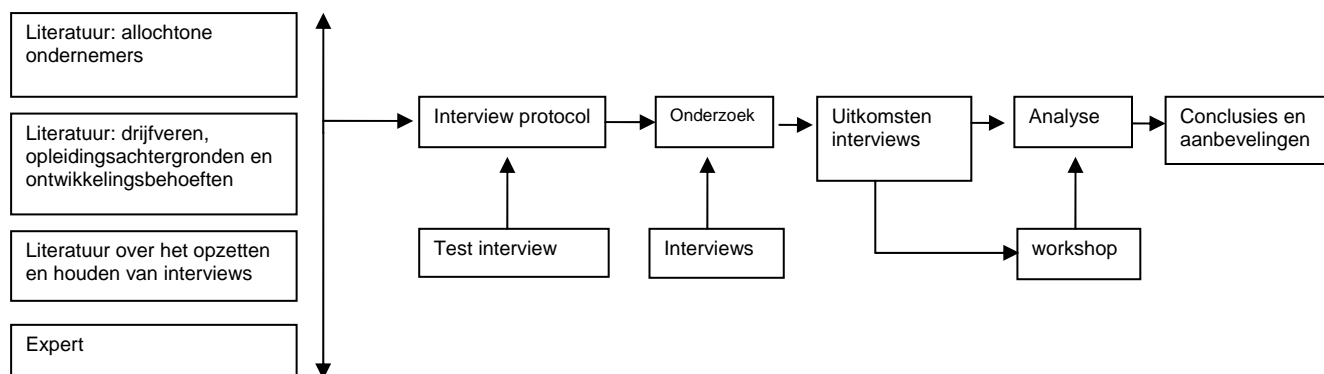
Voor dit onderzoek, dat ook het netwerk van de allochtone ondernemer in kaart brengt is het van belang om niet alleen te letten op de strong ties (familie en vrienden) maar ook de weak ties bij het onderzoek te betrekken.

3 Methodische verantwoording

Dit hoofdstuk geeft een beschrijving van de voor het onderzoek gebruikte methodologie. Het doel van dit hoofdstuk is om het proces dat doorlopen is om de projectdoelstelling te bereiken, duidelijk en schematisch weer te geven. Dit hoofdstuk is mede op basis van het projectvoorstel geschreven, wat de basis vormde voor dit onderzoek.

3.1 onderzoeksproces

Dit onderzoek was een verkennend onderzoek met een kwalitatief karakter. Om de benodigde informatie te verzamelen is er gebruik gemaakt van literatuur en semigestructureerde interviews. Een workshop is georganiseerd voor mensen uit het groen onderwijs om te kijken of er een koppeling gemaakt kon worden tussen de onderzoeksresultaten en de intenties van het groen onderwijs om meer allochtonen in hun onderwijsprogramma's te betrekken. Een eind analyse heeft tot de uiteindelijke conclusies van het onderzoek geleid. Hieronder wordt de werkwijze schematisch weergegeven figuur 3.1. Alle losse aspecten zullen in de paragraaf "onderzoeksopzet" nader worden toegelicht.



Figuur 3.1: Het onderzoeksproces

Betreffende de te onderzoeken steden lag de focus op Utrecht en Almelo, omdat hier groene onderwijsinstellingen zijn gevestigd die geïnteresseerd zijn om onderwijs mede te richten op de behoeften van allochtone ondernemers. Binnen de groepen allochtonen lag de nadruk in dit onderzoek op de Turken en de Marokkanen, omdat dit de twee grootste groepen allochtonen in Nederland zijn. Er is gekozen om interviews af te nemen bij Marokkaanse ondernemers in Utrecht en bij Turkse ondernemers in Almelo. In Utrecht zijn Marokkanen de grootste groep allochtonen en in Almelo zijn Turken de grootste groep allochtonen. In deze steden zijn interviews afgenomen met verschillende ondernemers en daarnaast ook met belangenorganisaties¹⁶. Deze organisaties hebben vaak een grote maatschappelijke betekenis en veel kennis van deze specifieke groep ondernemers.

Omdat het vanwege tijdtechnische redenen niet haalbaar was om in beide steden (Utrecht en Almelo) voldoende respondenten van beide etniciteiten (Marokkaans en Turks) te interviewen, kunnen de resultaten niet generaliseerd worden naar stad of etniciteit.

Een koppeling tussen de resultaten van het onderzoek en de mogelijkheden voor het groen onderwijs om in te spelen op de behoeften van de allochtone ondernemers, heeft plaats gekregen in de vorm van een workshop. In deze workshop namen mensen vanuit het groen onderwijs en het ministerie van LNV deel. Het doel van de workshop was om te onderzoeken of de resultaten van de interviews aansluiten bij de mogelijkheden en wensen van de AOC's om toenadering te zoeken tot deze groep ondernemers. Het is hierbij van belang om te weten wat de drijfveren van de ondernemers zijn om een eigen zaak te beginnen. Met name het AOC Oost (met vestigingen in onder andere Almelo en Enschede) en het Wellantcollege (met vestigingen in onder andere Utrecht en Amsterdam) kunnen hun voordeel doen met de resultaten van dit onderzoek, omdat beide onderwijsinstellingen wellicht op

¹⁶ Met het woord belangenorganisatie wordt naar zowel een formele belangenorganisatie verwezen als naar personen die veel contacten hebben binnen de allochtone ondernemerswereld.

basis van de onderzoeksresultaten een geschikte samenwerkingsvorm kunnen vinden waarbij de ondernemers en het AOC elkaar van dienst kunnen zijn.

Door middel van de workshop ging de community (waar mensen vanuit de verschillende AOC plaats in hebben) brainstormen over een mogelijke invulling door het groen onderwijs voor allochtone ondernemers en daarnaast de mogelijke betrokkenheid van deze ondernemers om een rol te vervullen in het groen onderwijs. Voor de workshop de expertise ingeschakeld van dhr. W. de Jong van de afdeling Bloembollen en Bomen binnen het Praktijkonderzoek Plant & Omgeving (PPO) van Wageningen Universiteit en Researchcentrum. Dhr. De Jong gaat in 2008 onderzoek doen naar de relatie tussen allochtone jongeren en het VMBO en heeft veel ervaring op het gebied van het geven van cursussen.

3.2 Onderzoeksopzet

In deze paragraaf wordt de onderzoeksopzet, welke uit vijf onderdelen bestaat, uitgewerkt. De vijf aspecten zijn de literatuurstudie, de interviews, de data-analyse, de workshop en de eindanalyse & verslaglegging. De paragraaf wordt afgesloten met een schematische weergave van de onderzoeksopzet waarin de samenhang tussen de verschillende onderdelen overzichtelijk wordt weer gegeven.

3.2.1 Literatuurstudie

Er is naar recente literatuur gezocht met betrekking tot allochtone ondernemers en hun drijfveren om te ondernemen, hun opleidingsachtergronden, manieren waarop ze leren en ontwikkelingsbehoeften. Het doel van de literatuurstudie was om de onderzoeksresultaten in een breder perspectief te kunnen plaatsen. Hiervoor is onder andere gekeken naar voorgaande onderzoeken met betrekking tot allochtoon ondernemerschap in relatie tot bovengenoemde onderwerpen. Daarnaast is er ook naar literatuur gezocht over interviewtechnieken. De belangrijkste bevindingen uit de literatuurstudie staan beschreven in hoofdstuk 2. De bestudeerde literatuur diende als ondersteuning om de onderzoeksvragen te beantwoorden en bood de mogelijkheid de resultaten in een breder kader te plaatsen

3.2.2 Interviews

De belangrijkste methode van dataverzameling voor dit onderzoek was het houden van interviews. Hiervoor is een interviewprotocol opgesteld, welke is voorgelegd aan een expert van de leerstoelgroep Educatie en Competentie studies van de Wageningen Universiteit. Ook zijn er enkele proefinterviews gehouden in de omgeving van Wageningen om te kijken hoe de ondernemers op de vragen reageerden.

Het aantal steden en interviews is beperkt vanwege de aan het onderzoek verbonden tijdslimiet. Deze tijdslimiet dwong het projectteam om een keuze te maken uit een verscheidenheid aan steden met een bovengemiddeld percentage allochtone inwoners. Er is gekozen voor Utrecht en Almelo. Voor deze steden is gekozen omdat in Utrecht een locatie van het Wellantcollege gevestigd is en in Almelo een vestiging van het AOC Oost. Dit zijn onderwijsinstellingen die mogelijk willen inspelen op de behoeften van de allochtone ondernemer en zijn aangedragen door de opdrachtgever. Utrecht (Wellantcollege) is gekozen vanwege de aanwezige contacten met allochtone ondernemers en belangenorganisaties in deze stad (via onder andere de Kamer van Koophandel). Almelo (AOC Oost) is gekozen omdat deze stad een hoog percentage inwoners met de Turkse etniciteit kent en ook in deze stad reeds diverse contacten zijn opgedaan.

De grootste groepen allochtonen in Utrecht zijn de Marokkanen (9%). In absolute getallen zijn dit rond de 25.000 Marokkanen. (bron: gemeente Utrecht, 01-01 2005). In Almelo heeft 8,2% van de bewoners de Turkse etniciteit. In absolute cijfers uitgedrukt zijn dit 5.880 Turken. (bron: gemeente Almelo, 01-01 2006).

Per stad zijn 6 tot 8 interviews afgenomen. Dit aantal is gekozen vanwege de beperkte tijd voor het afnemen van de interviews. Daarentegen geven 6 tot 8 interviews wel een globaal beeld van welke thema's, onderwerpen en motieven belangrijk zijn voor allochtonen om een eigen zaak op te starten.

Voor het selecteren van respondenten is gebruik gemaakt van de sneeuwbalmethode. In dit onderzoek hield de sneeuwbalmethode in dat respondenten werden gevraagd of zij binnen hun netwerk andere ondernemers kennen, die ook geïnterviewd zouden kunnen worden en interessant konden zijn voor dit onderzoek. Een voordeel van deze methode is dat binnen een korte periode een groot aantal respondenten bereikt kan worden door gebruik te maken van een bestaand netwerk. Een mogelijk nadeel van de sneeuwbalmethode is wel dat steeds mensen worden geïnterviewd die elkaar kennen, waardoor de kans bestaat dat alleen binnen een bepaalde groep of familie- en vriendenkring onderzoek wordt gedaan ('t Hart, 2001). Om dit effect te voorkomen is ook gebruik gemaakt van andere selectie methodes. Zo is het projectteam ook ad random bij ondernemers naar binnen gestapt en heeft de ondernemers gevraagd of zij bereid zijn aan het onderzoek deel te nemen. Naast de ondernemers zijn ook de belangenorganisaties van Turkse en Marokkaanse ondernemers geïnterviewd. Deze organisaties hebben een groot netwerk en konden het projectteam in contact brengen met interessante ondernemers. Daarnaast kijken de belangorganisaties uit een breder perspectief en met meer afstand naar het ondernemerschap.

In dit onderzoek zijn alleen de eerste en tweede generatie allochtonen geïnterviewd. De eerste generatie allochtonen bestaat uit personen die zelf in het buitenland zijn geboren, de tweede generatie uit personen die in Nederland zijn geboren met ten minste één in het buitenland geboren ouder. Een kind van ouders die beiden tot de tweede generatie behoren, heeft twee in Nederland geboren ouders en wordt dus tot de autochtonen gerekend. Iemand die zelf in het buitenland is geboren, maar twee in Nederland geboren ouders heeft, wordt ook tot de autochtonen gerekend (Bron: CBS, zie ook hoofdstuk 2).

De interviews werden uitgevoerd in de vorm van een semigestructureerd gesprek. Dit betekent dat er wel met een vragenlijst gewerkt werd, maar de ondernemer veel ruimte werd geboden om zijn of haar verhaal te doen. De vragenlijst en daarmee de interviewer kregen daardoor enkel een sturende rol. Voor de interviews zijn twee interviewprotocollen opgesteld, een protocol voor de ondernemers en een protocol voor de belangenorganisaties. Beide protocollen zijn terug te vinden in bijlage 1 en 2. Deze protocollen zijn opgesteld aan de hand van de kritische incidenten techniek. Met behulp van deze techniek is getracht de ondernemer zoveel mogelijk over zijn of haar leermomenten en –behoeften te laten spreken. Dit omdat de kritische incidenten techniek de individuele ervaring van de respondent centraal stelt en zich door middel van open vragen op concrete ervaringen richt die men als overwegend positief of juist als overwegend negatief heeft ervaren (non-routine quality) (Bron: Heske en partners¹⁷). Volgens Chell en Pittaway (1998) is de Kritische Incidenten Methode een krachtige techniek waarbij relevante data wordt verkregen voor praktische doeleinden met betrekking tot actie verbeteringen en management implicaties, wat in dit onderzoek relevante data betekent over de drijfveren om te ondernemen, opleidingsachtergronden en ontwikkelingsbehoeften van de allochtone ondernemer. Een uitgebreide beschrijving van de kritieke incidenten methode en de implicatie daarvan in dit onderzoek staat in bijlage 3.

De interviews zijn opgenomen met een voicerecorder, hiervoor is vooraf aan het interview toestemming gevraagd aan de geïnterviewde persoon. De interviews zijn vervolgens geheel uitgewerkt, zodat een gedegen analyse plaats heeft kunnen vinden. Ook is (indien de ondernemer dit toe stond) een foto genomen van de ondernemer en zijn/haar zaak. Deze foto's hadden als doel om een duidelijk beeld te schetsen van de situatie en meer gevoel te krijgen bij soort ondernemingen waaronder dit onderzoek werd uitgevoerd. Een selectie van de foto's is in dit rapport opgenomen in bijlage 4.

Niet alle gegevens konden echter uit de foto's en uitgewerkte interviews worden gehaald. Een belangrijk stuk informatie is hetgeen de interviewer meemaakte bij het bezoeken van de winkel: de observatie. Zo zijn bijvoorbeeld aspecten als de houding van de ondernemer, de uitstraling van de winkel, de hoeveelheid klanten en het assortiment ook al veelzeggend over het type onderneming en de ondernemer. Deze aspecten zijn dan ook meegenomen in de analyse, zij het in mindere mate dan de uitgewerkte interviews.

De uitgewerkte interviews vormden de belangrijkste basis voor de antwoorden op de onderzoeksvragen 1 tot en met 3 en dienden als input voor de beantwoording van onderzoeksvraag 4.

¹⁷ <http://www.heskesresearch.com/html/krit.html>, bekeken op 15 oktober 2007.

3.2.3 Data analyse

De onderzoeksresultaten zijn geanalyseerd door middel van labelen¹⁸. De focus bij het labelen lag op de aspecten drijfveren, opleidingsachtergronden, leerervaringen uit het verleden, de wijze waarop allochtone ondernemers leren en de ontwikkelingsbehoeften. Ook is er aandacht besteed aan het onderwerp stagiairs in de onderneming. De labels zijn van tevoren vastgesteld op basis van een theoretisch kader, maar tijdens het labelen is wel de mogelijkheid gehouden om extra labels toe te voegen. Zo is bijvoorbeeld het label stagiairs als een apart label aan de lijst toegevoegd. Na het afronden van het labelen werd de inhoud van de labels bekeken en geïnterpreteerd en gebruikt als basis voor een workshop met mensen vanuit het groen onderwijs en het ministerie van LNV.

3.2.4 Workshop

De workshop had als doel om te onderzoeken of de resultaten van de interviews aansluiten bij de mogelijkheden en wensen van de AOC's om toenadering te zoeken tot allochtone ondernemers. Door de resultaten van het onderzoek in een relatief vroeg stadium na de dataverzameling met het groen onderwijs te evalueren en te bediscussiëren, konden ideeën worden geopperd en de mogelijkheden en de onmogelijkheden met betrekking tot het aanbieden van scholing voor allochtone ondernemers in kaart worden gebracht. Een subdoel van de workshop was het creëren van draagvlak en begrip bij de groene scholen, waardoor de resultaten van het onderzoek beter bij hun wensen aan zullen sluiten en zij tevens als een idee hebben van de wensen van de allochtone ondernemers. Op deze wijze heeft dit onderzoek voor zowel de allochtone ondernemers als de groene onderwijsinstellingen een grotere toegevoegde waarde.

De workshop heeft de AOC's een inzicht gegeven in de wereld van de allochtone ondernemer. Het voornaamste doel van de workshop was echter om een goede koppeling te maken tussen de wensen van de allochtone ondernemers en de mogelijkheden van de AOC's om op deze wensen in te spelen.

Technieken die gebruikt werden tijdens de workshop werden met een expert afgestemd nadat de rode draad door de resultaten van de interviews bekend was. De expert heeft het projectteam geholpen om de juiste werkvorm te kiezen en stellingen te formuleren.

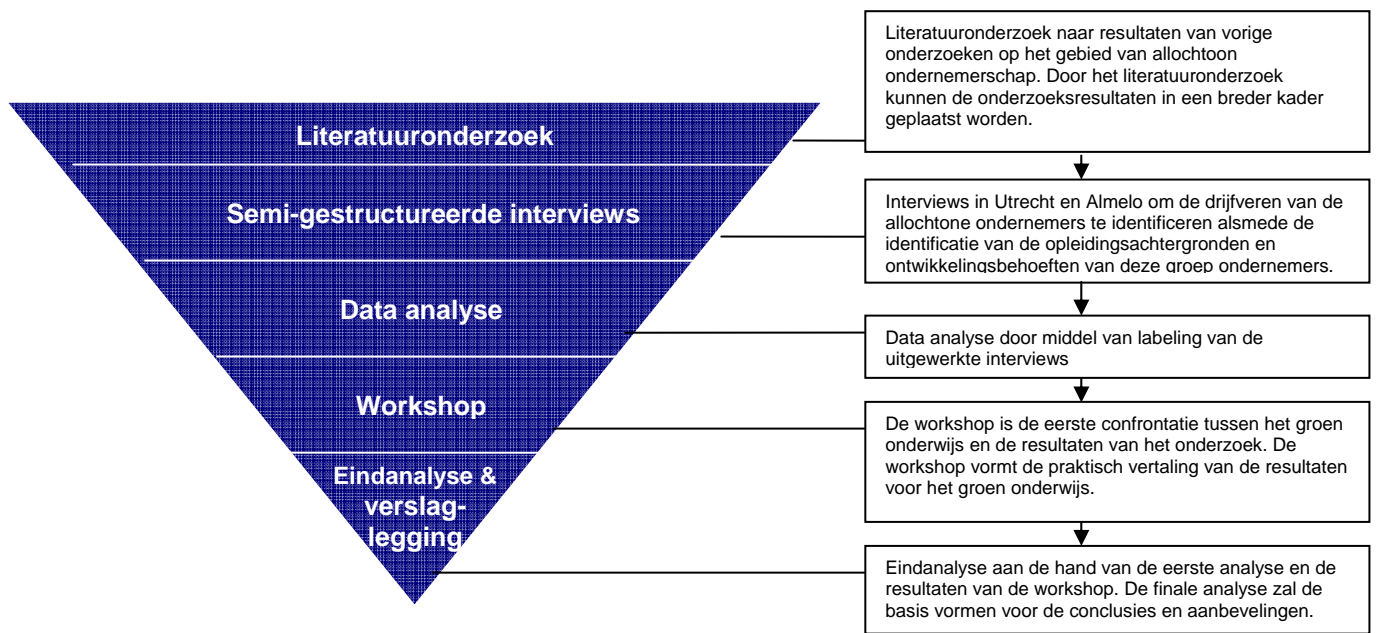
3.2.5 Eindanalyse & verslaglegging

In de laatste fase van het onderzoek is alle data geanalyseerd en werden verbanden gelegd. Zo is getracht een antwoord te geven op de onderzoeksvraag en de bijhorende deelvragen en aan te geven of de doelstelling gehaald is. De eindanalyse heeft de basis gevormd voor de conclusies en aanbevelingen, welke zijn opgenomen als hoofdstuk 6 van dit rapport.

3.2.6 Model onderzoekopzet

De figuur op de volgende pagina geeft de onderzoeksstrategie overzichtelijk weer in trechtervorm. Dit houdt in dat het literatuuronderzoek meer oriënterend en onderbouwend van aard is, de interviews en de data-analyse de "body" van het onderzoek vormen, dat de workshop voor de afstemming met het groen onderwijs zorgt en dat de eindanalyse & verslaglegging alle resultaten bij elkaar brengt en hieruit conclusies trekt en aanbevelingen geeft.

¹⁸ Labelen is het classificeren van informatie, door middel van het aanbrengen van labels (bron: vertaald uit: Verschuren en Doorewaard (1999)).



Figuur 3.2: Onderzoeksopzet in trechtervorm

4 Resultaten

4.1 Introductie

In dit hoofdstuk worden de resultaten van de dataverzameling in Utrecht en Almelo weergegeven. Het resultaat van al deze interviews heeft een beeld van de allochtone ondernemer in Utrecht en Almelo opgeleverd. Dit beeld is niet te generaliseren naar dé allochtone ondernemer, maar het geeft een kijkje in het bestaan van de allochtone ondernemer. Om dit beeld zo concreet mogelijk te verwoorden zijn er enkele citaten van de ondernemers opgenomen. De resultaten uit de afzonderlijke steden worden, per onderwerp, gebundeld weergegeven. Wanneer er grote verschillen zijn tussen Utrecht en Almelo wordt dit expliciet aangegeven. In de bijlage zijn de resultaten wel uit elkaar getrokken en zijn er meer citaten opgenomen. De citaten uit Almelo staan in bijlage 5, de citaten uit Utrecht staan in bijlage 5. Voor de beeldvorming zijn, indien de ondernemers dit toe stonden, ook foto's gemaakt van de ondernemer en zijn ondernemer. Deze foto's staan in bijlage 4.

In Utrecht zijn zes Marokkaanse ondernemers geïnterviewd en daarnaast twee personen die vanaf een afstand naar allochtoon ondernemerschap kijken. De eerste heeft zelf een onderneming en is bekend met de Marokkaanse gemeenschap (U1). De tweede is werkzaam voor Partners in Nieuw Ondernemerschap, een samenwerkingsovereenkomst tussen de gemeente Utrecht en de Kamer van Koophandel Utrecht (U7). Van de zes Marokkaanse ondernemers was er een in staat om ook vanuit een breder perspectief naar de sector als geheel te kijken (U5). Alle interviews (op één na; U8) zijn digitaal opgenomen en verslag van gedaan.

In Almelo zijn een zevental Turkse ondernemers geïnterviewd. Zes van de zeven ondernemers bezitten een zaak in verswaren, Ondernemer A1 is een ondernemer met een reisbureau annex meubelwinkel, die in het verleden een belangenorganisatie heeft opgericht voor de belangen van de Turkse ondernemer.

| Utrecht | | Almelo | |
|---------|---|--------|---|
| U1 | Belangenorganisatie | A1 | Belangenorganisatie |
| U2 | Slager/groenteboer. Sinds december 2006 | A2 | Middelgrote levensmiddelenzaak, Sinds juli 2007 |
| U3 | Slagerij. Sinds ongeveer 1990. | A3 | Bakker/patisserie. Sinds 2002 |
| U4 | Kleine levensmiddelenzaak. Sinds maart 2007 | A4 | Grote levensmiddelenzaak, Sinds juli 2007 |
| U5 | Groente en fruitspeciaalzaak. Sinds 2000. Heeft meerdere zaken. | A5 | Cadeau/verswarenwinkel. Sinds 1995 |
| U6 | Levensmiddelenzaak. Sinds 2006. | A6 | Kleine levensmiddelenzaak, Sinds 2006 |
| U7 | Belangenorganisatie | A7 | Kleine bakkerij, Sinds februari 2007 |
| U8 | Bakker/patisserie. Sinds 2004. Groentezaak sinds 2000. | | |

Tabel 4.1 Overzicht respondenten.

De verslaglegging van de resultaten volgt de geschiedenis van de onderneming. De motivaties om te beginnen (4.2). De opstart van de onderneming (4.3). De ontwikkelingsbehoeften van de ondernemer met betrekking tot zijn onderneming (4.4). Het bredere netwerk van de ondernemer (4.5). De relatie tussen onderwijsinstellingen en de ondernemer (4.6). In de afsluitende paragraaf van dit hoofdstuk zullen de dwarsverbanden met de bijbehorende conclusies getrokken worden (4.7).

4.2 Drijfveren

Deze paragraaf gaat in op de motieven van allochtone ondernemers om een eigen zaak te beginnen. Het doel van deze paragraaf is om tot een antwoord op deelvraag 1; Wat zijn de motieven voor allochtonen om een onderneming te runnen? Te komen. De resultaten worden geïnterpreteerd in het licht van theorie over drijfveren voor ondernemerschap.

Persoonlijkheid is een belangrijke determinant voor het hebben van een eigen zaak. Veel van de geïnterviewde ondernemers zijn ondernemend ingestelde mensen die veel belang hechten aan het eigen baas zijn. Een optimistische instelling helpt om de wens van een eigen onderneming in werkelijkheid om te zetten.

'Ik wou echt meer vrijheid, dus echt voor mezelf beginnen' (U2).

'Ik heb ook voor een baas gewerkt, dat beviel toen niet, nee. (...) je bent zelfstandig, je hebt geen chef op je. Je mag je keuzes zelf bepalen' (A5).

Ondernemingsdrang is een van de beweegredenen om een onderneming te starten. Ondernemers willen eigen baas zijn en iets voor zichzelf beginnen. De wens om vrij te zijn. Deze ondernemingsdrang kan voortkomen uit ervaringen uit het verleden. Deze ervaring kan opgedaan zijn in loondienst, maar ook wanneer de ouders een eigen onderneming hadden, dan vertaald dit zich vaak door naar de persoonlijkheid van de huidige ondernemers om ook iets voor zichzelf te beginnen.

"Turken zijn in het algemeen heel gedreven, ze willen zich graag bewijzen en ze willen graag voor de toekomst iets opbouwen. En bij ons in de allochtone gemeenschap is de familie zo gehecht, je kind is over 40 jaar nog steeds je baby.(...) En omdat de familiebanden zo hecht zijn, probeer je ook voor de kinderen iets op te bouwen. Die gedachte is heel anders. En de mensen willen dit doel vaak bereiken door ondernemerschap. Ze geloven dat ze door middel van ondernemerschap meer kunnen verdienen dan bij een baas. En daarom beginnen ze heel vaak een bedrijf" (A1).

Het netwerk van de ondernemer in spe kan een stimulans vormen om voor zichzelf te beginnen. Dit kan zijn door aangemoedigd te worden om door middel van eigen onderneming een toekomst op te bouwen voor hun kinderen. Maar ook dat een ondernemer een bepaald product kan aanbieden dat aftrek zal vinden bij onder andere zijn nabije netwerk.

'Tegen augustus zei zij tegen mijn moeder, is deze zaak niet wat voor jou? Je hebt nog jonge kinderen die later de zaak kunnen overnemen' (A4).

'Ik zat in de metaalindustrie(..) Er zijn niet veel die ambachtelijk werken. Mensen vinden het gewoon lekker en die hebben een duwtje gegeven zeg maar. Met mijn eigen zaak. Daar is het ontstaan. (...) In de fabriek maakte ik ook op suikerfeesten voor hen. Zij vroegen aan mij waarom begin je niet een eigen zaak? Ja, daarmee is het begonnen' (A3).

Naast ondernemingsdrang is het starten van een eigen onderneming ook een vorm van kopieergedrag. Dit wordt niet aangedragen als een beweegreden voor het starten van de eigen onderneming, maar dit wordt wel gezegd over andere ondernemers. Ook wanneer er van een afstand gekeken wordt naar allochtone ondernemers wordt kopieergedrag genoemd als reden voor het starten van eigen ondernemingen. Van buitenaf lijkt het vaak alsof het hebben van een eigen onderneming de sleutel tot een welvarend bestaan is. Maar in de praktijk blijkt dit tegen te vallen.

'Iedereen denkt, ze rijden in Mercedes. Ze hebben dit, ze hebben dat, dat wil ik ook allemaal. Ze denken allemaal dat ze dat al in één jaar hebben gerealiseerd. Zo zit dat een beetje in elkaar bij de allochtone ondernemer' (U5).

'Turkse ondernemers beginnen, zoals gezegd, vaak een zaak die ze ergens anders hebben gezien. En dat is ook één van de problemen onder allochtone ondernemers. Dat er in het bedrijf geen, hoe heet dat, geen verschillende bedrijven gaan beginnen dan eigenlijk wat bestaat. En dan richten ze zich ook nog steeds op een bepaalde groep mensen. En dan komt er nog een zaak bij, nog een groentewinkel, dan komt een zesde groentewinkel erbij en dan moeten ze het toch hebben van ongeveer 10% van de bevolking' (A1).

Ondernemers ondervinden aan de lijve wat het kopieergedrag voor hen betekent. Het hebben van een eigen zaak zorgt in veel gevallen voor een zwaar bestaan. Het hard moeten werken vormt geen inbreuk op de wens om vrij te zijn. Het eigen baas zijn is van meer waarde dan het zware bestaan. Het zware bestaan komt ook doordat de focus van ondernemers heel sterk bij de onderneming en het werk zelf ligt. Er wordt niet altijd gelijk verder gekeken richting de toekomst, maar er wordt vooral ook gelet op het hier en nu. De zaak zoals ondernemers die nu hebben kost veel energie waardoor de visie richting de toekomst soms ontbreekt.

'Je moet altijd beginnen, zonder begin bereik je niets. Zo is het leven' (U4).

'Als je een eigen zaak hebt, dan heb je geen vrije tijd meer, normaal sluit ik de winkel om 18.00 uur en dan werk ik tot 20.00-20.30 uur in de winkel om alles voor te bereiden voor de volgende dag. Als je bij een baas werkt, werk je 8 uur per dag en dan ben je vrij, dan hoeft je niks meer na te denken, niks te doe' (A5).

Specifieke beweegredenen voor het hebben van een onderneming in verswaren, een traditionele branche, zijn niet altijd aanwezig. Vaak is men er ingerold door ervaringen uit het verleden of er is sprake van overname van een bestaand bedrijf in de traditionele branche.

'Ik ben er gewoon een beetje ingerold. Ik zat te kijken wat moet je beginnen, ik heb vroeger al in de horeca gewerkt. (...) Ik heb ook vrienden en kennissen die zitten hierin en dan hoor je nog wel eens wat. Vandaar dat ik er in ben gerold' (U6).

Wel wordt aangegeven dat het runnen van een onderneming in verswaren ook een kwestie is van inspelen op de behoefte die er bestaat onder allochtonen om toegang te hebben tot bepaalde producten uit de eigen cultuur. Allochtone ondernemers zijn heel erg bereid om in te spelen op de behoeften van de klant, daardoor zie je ook vaak dat er een heel breed assortiment wordt gevormd.

'Omdat er gewoon behoefte is aan bepaalde producten die autochtone ondernemers niet hebben of verkopen' (U1).

'Dit is een Turkse winkel, met meest Oosterse producten. Iedereen heeft een andere smaak. Mensen vragen mij naar hun smaak en ik koop dat dan. (...) Deze afdeling is helemaal Surinaams' (A2).

Inspelen op de behoefte die er bestaat past in het economisch kansenmodel. De ondernemer voldoet aan de wensen van de eigen allochtone groep door hen de gewenste producten aan te bieden.

Daarnaast is de traditionele branche een sector waar men relatief snel in kan stappen. Het vereist geen grote investeringen, zowel in opleiding als in financiële middelen. Vanuit een breder perspectief op allochtoon ondernemerschap werd de lage opleidingsvereiste ook als reden gegeven voor het hoge aantal allochtone ondernemers in de traditionele branche. Deze lage drempel werkt het kopieergedrag ook in de hand.

'Nou groente, voor zoiets heb je niet zoveel vermogen nodig hè. Om iets anders mee te beginnen heb je echt vermogen nodig. En vermogen heb ik niet' (U2).

'Ik denk het makkelijkst om mee te beginnen. Daar heb je niet echt opleiding voor nodig' (U7).

De drijfveren voor allochtonen om een onderneming te starten zijn deels toe te schrijven aan persoonlijkheid. De wil om vrij te zijn en iets op te willen bouwen voor de toekomst zorgt er voor dat een eigen zaak begonnen wordt. Het daadwerkelijk starten van een eigen zaak kan ook gestimuleerd worden door de sociale omgeving. Mensen worden geprikkeld om die toekomst ook echt te gaan opbouwen.

Kopieergedrag is ook een oorzaak voor het bestaan van zoveel allochtone ondernemingen in dezelfde branche. Dit kopieergedrag komt voort uit het najagen van succes en het is relatief gemakkelijk om te kopiëren. Het starten van een onderneming in de traditionele branche vereist relatief weinig kennis en financiële middelen.

Er zijn geen hele specifieke redenen te noemen voor de reden waarom allochtone ondernemers voor de traditionele branche, de verkoop van verswaren, hebben gekozen. Vaak is er sprake van overname van een bestaand bedrijf en gaat men door op de al in geslagen weg. Kopieergedrag en de lage instapdrempel zijn ook oorzaken voor het hebben van een bedrijf in verswaren.

Wanneer Utrecht en Almelo met elkaar vergeleken worden dan ligt in Utrecht meer de nadruk op persoonlijkheid met de wil om vrij te zijn als determinant voor het starten van een onderneming. In Almelo komt het kopieergedrag sterker naar voren als reden voor het starten van een eigen zaak. Deze scheiding is niet absoluut. Beide aspecten kwamen in beide steden naar voren alleen het zwaartepunt verschilt.

Het culturele model en de theorie van werkloosheid als drijfveren om een onderneming te starten komen wel naar voren maar voeren niet de boventoon. Het culturele model komt naar voren wanneer mensen worden aangemoedigd door hun etnische omgeving om datgene wat ze in hun herkomstland geleerd hebben ook in Nederland in praktijk te brengen in een eigen bedrijf. De theorie van werkloosheid komt naar voren als ondernemers aangeven dat de opties om te voorzien in hun levensbehoefte waar ze uit kunnen kiezen beperkt zijn. De mogelijkheden zijn hun vroegere baan, bijvoorbeeld in de vleesverwerking of de metaalindustrie, of een eigen onderneming. Tussen hun vroegere baan en de eigen onderneming ligt in sommige gevallen een periode van werkloosheid. Over discriminatie kunnen geen uitspraken gedaan worden omdat dit niet de focus van dit onderzoek vormde.

4.3 Start van de onderneming

Na de drijfveren om een onderneming te beginnen wordt er in deze paragraaf stilgestaan bij de daadwerkelijke start van de onderneming. Daarmee vormt deze paragraaf een antwoord op deelvraag 2: wat is de opleidings- en/of ontwikkelingsachtergrond van de allochtone ondernemer met betrekking tot het runnen van de onderneming? Tegelijkertijd wordt er meer informatie gegeven dan alleen de basis waarop de onderneming is gestart. Het proces en de problemen worden inzichtelijk gemaakt.

In Utrecht worden ondernemingen gestart op basis van ervaringen uit het verleden. Hier hebben alle ondernemers ervaringen opgedaan die nuttig zijn voor het runnen van een eigen onderneming. Het kan zijn dat zij al eerder een eigen bedrijf hebben gehad. Dit zijn dan eerder opgedane ondernemersvaardigheden. Soms hadden de ouders vroeger een eigen bedrijf in Marokko of Nederland en zo zijn zij ook het ondernemerschap ingerold.

'Ik ben er ingerold, mijn vader is in 1961 begonnen, op de Bemuurde Weerd OZ. Dat was de eerste Islamitische slagerij in Nederland, toen was ik nog niet eens geboren. In 1979 hebben we een ander filiaal geopend in Den Haag en daar ging ik altijd helpen. Na schooltijd of in het weekend altijd daar helpen, vegen, verpakken, schoonmaken. Op een gegeven moment, steeds beetje bij beetje. Je wilt niks anders dan een eigen zaakje te hebben en uitbreiden' (U5).

In tegenstelling tot Utrecht hebben ondernemers in Almelo veelal geen ervaringen uit het verleden van het runnen van een onderneming. Waardoor zij de ondernemingsvaardigheden vanuit eerdere ervaringen missen.

Zij hebben allen voordat zij ondernemer werden in loondienst gewerkt. Hierbij kan gedacht worden aan metaalindustrie, onderwijs, maar ook waren enkelen werkzaam in de zaak die zij nu hebben overgenomen.

'Nee, wij hadden hiervoor geen eigen zaak, mijn moeder heeft een jaar meegelopen, dat zij alles weet hoe het moet' (A4).

In beide steden zijn de meeste ondernemers in het bezit van een middenstandsdiploma, in ieder geval wanneer dit nog verplicht was (tot 2002). Naast het middenstandsdiploma, de algemene ondernemersvaardigheden hebben sommige ondernemers ook bepaalde diploma's op het gebied van administratie of in het geval van Utrecht een slagersdiploma. Deze diploma's zijn belangrijk en handig voor het runnen van de eigen onderneming. Hetzij voor de uitvoering van het werk of voor de boekhouding. Het gedeelte dat ontbreekt wordt opgevuld door mensen in dienst te nemen.

Wanneer ondernemers zelf een vak of onderdeel niet beheersen dan maken zij gebruik van de kennis en vaardigheden van anderen.

'Ik heb twee mensen in loondienst. Die runnen het. Ik doe het administratiewerk en het denkwerk ongeveer, zo noemen we dat. En het echte werk dat doen die andere twee, die voeren gewoon uit' (U4).

De start van de onderneming is ook tegelijkertijd de start van een leerproces. Als ondernemers beginnen met hun zaak weten ze lang niet altijd wat ze op hun hals halen.

'Nu ben ik er achter gekomen, want voordat je start hoor je allemaal verhalen. De één blaast het meer op dan de ander. Men zegt niet, dat het niet goed verdient. Mensen willen graag opscheppen over wat zij doen. Als er één een euro verdient dan zegt hij al dat hij heel veel verdient. Maar als je er echt zin zit dan merk je hoe het zit' (U6).

De oorzaak van deze rommelige opstartfase waarin zij heel veel leren ligt in de snelheid waarmee in sommige gevallen begonnen wordt met een eigen zaak. In Almelo ligt de snelheid van overname in de meeste gevallen nog wat hoger dan in Utrecht. Het denkwerk rondom het opstarten van de onderneming begint in deze gevallen pas bij de huur of koop van een pand van waaruit de onderneming gerund gaat worden.

In Utrecht is de wens om iets voor jezelf te hebben voldoende om over te gaan tot het runnen van een eigen onderneming. In Almelo wordt er ook puur praktisch begonnen van een onderneming, omdat het woonhuis tezamen met de winkel voor een lagere prijs overgenomen konden worden.

'Ik kwam een keertje gewoon langs en ik zag gewoon te huur. Toen dacht ik van: 'even kijken.' En binnen een uurtje had ik alles gewoon echt afgesproken. Ik ging naar huis en ik had volgens mij iets van 500 euro in mijn zak. Dus ik ging naar huis en ik dacht: 'Waar ben ik in godsnaam mee bezig? Ik heb gewoon mijn jawoord gegeven maar ik heb geen geld.' Maar later heb ik toch gewoon alles kunnen regelen via familie en vrienden en dat soort dingen' (U2).

'Dat is bij ons erg snel gegaan, omdat het paar hier meteen weg wilden, want die hadden gezondheidsproblemen. Zodoende zijn wij erin gerold, zonder dat we de tijd hadden om er over na te denken. Normaal is die procedure van een ondernemingsplan opzetten kredietaanvragen erg lang' (A6).

Onder alle respondenten begint het ondernemingen niet bij een ondernemingsplan. Datgene wat ondernemers tijdens de opstartfase van hun onderneming missen aan kapitaal, zowel financieel als sociaal, wordt opgevangen door gebruik te maken van hun nabije netwerk van familie en vrienden. Dit netwerk wordt ingeschakeld om te zorgen voor startkapitaal en voor advies en geeft zo een belangrijke insteek in het leerproces van leren door te doen, een vorm van informeel leren.

'echt (leren) uit het netwerk, en dat weet je als je als ondernemer start en je bent twee jaar verder, heb je zoveel geleerd. Dus, je leert ook gaandeweg' (U7).

Doordat de meeste ondernemers er zo ad hoc instappen en er dan pas achter komen wat het ondernemersschap inhoudt hebben ze weinig tijd en een druk bestaan. Het hebben van een eigen zaak kost veel tijd. Ondernemers staan vroeg op en maken lange dagen. Dit komt doordat ondernemers de touwtjes zoveel mogelijk zelf in handen willen houden. Hierdoor is men vaak ook 's nachts in de weer wat leidt tot grote tijdsdruk.

'Het is echt hard werken, net als in een bedrijf. Ik ben vannacht naar de groothandel geweest om in te kopen. Dan om 03.00 op staan en hier om 8.00 terug zijn om de zaak te openen. Dan moet ik zelf alles schoonmaken en uitpakken' (A2).

Deze tijdsdruk komt ook terug bij ontwikkelingsbehoeften in de manier waarop ondernemers zich zouden willen en kunnen ontwikkelen.

4.4 Ontwikkelingsbehoeften

Deze paragraaf vormt een antwoord op deelvraag 3: wat zijn de ontwikkelingsbehoeften op het gebied van ondernemerschap van de allochtone ondernemer? De ontwikkelingsbehoeften zijn gedifferentieerd naar wat men wil leren; de leerbehoeften en hoe men wil leren; de leermethoden. De leerbehoeften zijn door de aard van het onderzoek veelal subjectief. Door observatie en het combineren van informatie is echter ook een objectieve leerbehoefte naar voren gekomen. De meeste leerbehoeften in deze paragraaf zijn subjectieve latente leerbehoeften. Er worden wensen kenbaar gemaakt door de ondernemer, maar daar wordt niet gelijk een bewuste behoefte tot leren aan toegevoegd.

Allochtone ondernemers blijken het lastig te vinden om klanten te bereiken. Bij de start van de onderneming hebben ze vaak hogere verwachtingen van het aantal klanten dat ze zouden trekken. Klanten trekken is een belangrijk aspect van ondernemerschap en blijft belangrijk voor ondernemers.

'Ik had verwacht dat ik meer klanten zou krijgen, maar het is minder' (U4).

Dit klanten trekken gaat niet alleen over hun eigen doelgroep waarop ze in eerste instantie gericht zijn. Het gaat ook over het bereiken van Nederlanders. Het maakt voor ondernemers niet uit aan wie ze verkopen, als ze maar verkopen. Taal wordt in dit verband ook genoemd als een barrière om autochtone Nederlanders te bereiken. Dit geldt niet alleen voor degenen die echt gebrekkig Nederlands spreken, maar ook voor ondernemers die al een redelijk niveau hebben. Goede vaardigheid in het spreken van de Nederlandse taal wordt gezien als een belangrijke voorwaarde om meer mensen te bereiken en ook Nederlanders te trekken.

'Het (taal red.) kan altijd beter' (U8).

'Aan de overkant zat een Turkse winkel, die is nu dicht, maar die mensen konden niet zo goed Nederlands. Maar dan zeg ik van wij wel en daarom hebben wij heel veel Nederlandse klanten. Dat is dus wel een voordeel' (A6).

Wat ondernemers ook zouden willen leren is samen te vatten onder de noemer efficiëntie. Het betreft hier een objectieve leerbehoefte. De wens tot ontwikkeling is uitgesproken door de ondernemer maar de leerbehoefte is hier niet aan gekoppeld. Ondernemers willen dingen leren die zouden kunnen leiden tot een betere bedrijfsvoering. Voorbeelden hierbij zijn het zelf leren van het vak (slager, bakker) zodat men geen of minder mensen in loondienst nodig heeft. Of zaken die de bedrijfsvoering professioneler maken.

'Ik wil graag een opleiding volgen tot slager, maar ik heb er nu geen tijd voor' (U6).

'Ik wil de scan invoeren hier, zodat het bestellen bij de groothandel makkelijker gaat. Misschien te overwegen een leverdienst, zodat familieleden die in (...)wonen, via internet kunnen bestellen en dan leveren wij' (A4).

Wat niet genoemd is door individuele ondernemers, maar wat wel naar voren komt uit de observatie als objectieve leerbehoefte, is dat de meeste winkels in alles heel erg op zichzelf gericht zijn en niet op samenwerking wat tot synergie kan leiden. Ondernemer die dat wel in beeld hebben zeggen hierover:

'Vooral met andere winkels samen een vuist te vormen, dus met producten niet alleen kopen, maar samen met andere ondernemers proberen samen lijsten te maken, ik heb dit nodig en jij hebt dat nodig. Als we met zijn tweetjes of drietjes samen melk zouden kunnen inkopen, zouden we 20/ 30 cent per pak kunnen sparen' (U5).

'De ondernemers gaan niet onderling praten, maar ze gaan wel met de leverancier praten. Ze zouden bijvoorbeeld met z'n alleen een vrachtauto huren en samen inkopen en kijken wat er uit komt. Daar zouden zij meer winst uit kunnen halen' (A1).

Wanneer ondernemers ook echt een ondernemende persoonlijkheid hebben dan zijn hun wensen gericht op uitbreiding. Ze willen graag hun onderneming laten groeien. Dit kan door meer variatie in

producten of de winkel anders in te richten, maar ook door bijvoorbeeld een catering naast het bestaande bedrijf op te zetten.

'Ik wil graag in de toekomst gaan uitbreiden. Nu ben ik gestart met gewoon een groentewinkel, brood. Maar in de toekomst wil ik gewoon als het kan, niet alleen ik, maar met andere kleine ondernemers een grote winkel voor alle moslims waar zij al hun levensmiddelen kunnen kopen' (U4).

'Wij zijn nu bezig met het uitbreiden van onze productie. We gaan langzamerhand naar machinaal. Wat mij nu maken is allemaal handwerk. We gaan onze productie verhogen. Gewoon aan andere mensen leveren, aan andere bakkerijen en aan andere restaurants' (A3).

In Almelo zijn de helft van de ondernemers van plan om te stoppen met hun zaak. Zij hebben geen ontwikkelingsbehoeften meer in deze branche. Zij zien zich liever in andere producten ondernemen waar nog wel markt voor is. De andere ondernemers die ook willen stoppen met de zaak geven aan dat zij liever weer in loondienst gaan werken waar zij een opleiding voor hebben gevolgd.

De manier waarop allochtone ondernemers leren is vooral het leren in de praktijk door te doen. De dagelijkse gang van zaken wordt al doende geleerd. Ook wordt er veelvuldig gebruik gemaakt van de kennis van anderen. Dit kan op een open manier door te leren van familie, vrienden en kennissen die al dan niet een onderneming hebben. Het kan ook dat men probeert te af te kijken bij concurrenten. Hier komt het kopieergedrag wederom naar voren.

Allochtone ondernemers maken vooral gebruik van informele leermethoden. 'Learning by doing' en kennis en vaardigheden verkrijgen door gebruik te maken van hun nabije netwerk. Formeel of non-formeel leren op een gestructureerde manier wat al dan niet leidt tot officiële diploma's en certificaten komt veel minder voor. Een oorzaak hiervan is dat de tijd ontbreekt.

Alle Marokkaanse ondernemers en enkele Turkse ondernemers geven aan bereid te zijn om nog verder te leren, dit in de vorm van cursussen. Omdat ondernemers veelal tijdgebrek hebben is het belangrijk dat het duidelijk voor ondernemers is wat ze precies aan cursussen kunnen hebben omdat ze hun tijd maar één keer uit kunnen geven.

'Ze moeten uiteindelijk kunnen denken wat haal ik hieruit. Dan nodig je ze uit bij de belasting en ja, moet ik dat nou, weet je wel. "What's in it for me". Dat is heel belangrijk om dat te kunnen vertalen naar die groep toe' (U7).

De manier waarop onderwijs via traditionele onderwijsinstellingen is vormgegeven zou anders georganiseerd moeten worden, wanneer men er voor wil zorgen dat allochtone ondernemers hiervan gebruik gaan maken. Een medewerker van Partners in Nieuw Ondernemerschap spreekt in dit verband over het voorhouden van een spiegel.

'Om zo het hele procedurele verhaal ook te vertalen; waar ze dan terecht kunnen voor vragen. En dat merk ik ook hier met ondernemers, dat die infrastructuur niet bekend is. Die moet je dus bekender gaan maken. En er zijn natuurlijk tal van foldertjes en programma's maar die bereiken de allochtonen niet. Maar als jij met zo'n programma langs de Kanaalstraat gaat, bijvoorbeeld in Utrecht. En je komt binnen en je hebt een gesprekje met allochtone ondernemers dan ben je iets meer verder dan een foldertje sturen.' (U7).

Instellingen en organisaties zouden allochtonen op een andere manier moeten benaderen. De leerbehoeften kunnen niet zondermeer vertaald worden in collectieve leerbehoeften voor de totale groep allochtone ondernemers. Er is duidelijke sprake van individuele leerbehoeften. Begeleiding van allochtonen in een één op één relatie wordt dan genoemd als optie.

'Je kunt wel miljoenen pompen in een heel mooi gebouw, waarin een eigen winkeltje zit en waar je kunt oefenen, maar ik denk dat geen optie is. Ik denk één op één' (U5).

'Wij hebben de meeste behoefte aan informatie wat de administratieve werkzaamheden betreft. Daar hebben wij erg weinig informatie over. Dan moet je naar de belastingdienst stappen met allerlei vragen, terwijl je eigenlijk niet weet wat je gaat vragen. Die achtergrond mis je dan. (...) een contactpersoon/begeleider die je een beetje wegwijs maakt in het begin met de opstart zou prettig zijn. En dan met name om belastingen en administratie' (A7).

De belangenorganisatie in Almelo beaamt de gedachte dat de ondernemers nog best graag bij willen leren, maar hij oppert ook een keerzijde.

'Oh ja, zeker. Er is wel een grote behoefte om bekend te raken met wat zich binnen een onderneming afspeelt. Maar op één of andere manier gaat men dat toch niet doen. Dat kan ook te maken hebben met status, dat andere mensen zien dat je dat allemaal nog moet leren. Van je bakt er niks van, een negatieve gedachte. En men is vaak ook tevreden met wat men heeft' (A1).

Ondernemers in beide steden willen zich graag verder ontwikkelen zij zijn een beetje zoekende naar geschikte cursussen die zij kunnen volgen zonder dat zij er erg veel tijd mee kwijt zijn. Ondernemers creëren een eigen leeromgeving met specifieke leerbehoeften toegespitst op de situatie waarin zij zich bevinden. In Almelo is de helft van de ondernemers niet bereid zich verder te ontwikkelen in deze branche.

4.5 Het breder netwerk van de ondernemer

Deze paragraaf vormt een verdere uitwerking van het belang van het netwerk van de ondernemer. Daarnaast zal theoretische betekenis aan het netwerk gegeven worden.

Uit het voorgaande blijkt al dat het nabije netwerk van de ondernemer erg belangrijk voor hen is. Er wordt veelvuldig gebruik gemaakt van familie, vrienden en kennissen voor advies, ondersteuning en klantenbinding. Een ondernemer heeft naast de contacten met zijn nabije netwerk ook nog contacten daarbuiten.

Een belangrijk persoon uit dat bredere netwerk van de ondernemer is zijn boekhouder. Deze centrale rol van de boekhouder voor allochtone ondernemers vormt een bevestiging van eerder onderzoek De boekhouder ligt buiten het nabije netwerk van de ondernemer en is daardoor erg geschikt om punten waar ondersteuning nodig is op te vullen. Als de ondernemer niet zelf over de benodigde kennis en vaardigheden beschikt om op de juiste manier zijn boekhouding bij te houden dan moet dit uitbesteed worden. De boekhouder is een extern persoon met een belangrijke vertrouwensfunctie voor de ondernemer. Het contact met de boekhouder komt wel weer vaak via vrienden en kennissen tot stand..

'Hij regelt het met de belasting en dat is wel belangrijk. Want alles moet wel correct gedaan worden' (U6).

De ondernemers in Utrecht zijn ook wel betrokken bij verenigingen, maar deze verenigingen zijn niet altijd gericht op het beter functioneren van de eigen bedrijfsvoering. Vaak gaat het om verenigingen zoals bijvoorbeeld winkeliersvereniging Lombok of Amsterdamsestraatweg. Deze verenigingen komen op voor de belangen van een straat of buurt en organiseren ook activiteiten om de attractiviteit voor klanten te verbeteren. Lidmaatschap van verenigingen voor het verbeteren van de eigen bedrijfsvoering ontbreekt.

Het karakteristieke van de ondernemers in Almelo is dat zij elkaar meer als concurrenten zien. Vanuit dit oogpunt zijn de ondernemers niet bereidwillig om vanuit hun eigen netwerk te denken naar een groter geheel. De ondernemers zijn heel erg gericht op alleen hun eigen zaak. Dit beeld komt naar voren door middel van observatie en door informatie van de belangenorganisatie.

'De ondernemers gaan niet onderling praten, maar ze gaan wel met de leverancier praten. Ze zouden bijvoorbeeld met z'n alleen een vrachtauto huren en samen inkopen en kijken wat er uit komt. Daar zouden zij meer winst uit kunnen halen' (A1).

Voor zowel Utrecht als Almelo geldt dat wanneer men wel lid is van een belangenorganisatie gericht op ondernemen, of wanneer men op andere manieren via instanties informatie over de eigen bedrijfsvoering inwint, dat dit als zinvol ervaren wordt. Dit lidmaatschap is echter een uitzondering. Er is een lage gerichtheid op organisaties die de bedrijfsvoering kunnen verbeteren buiten het nabije netwerk om.

De resultaten van dit onderzoek bevestigen wat er over allochtoon ondernemerschap is geschreven in de literatuur. Het netwerk van de allochtone ondernemer is belangrijk voor hen. Dit netwerk is meestal niet groot. De omvang is klein. Maar de dichtheid is groot. De banden die de allochtone ondernemer

met zijn familie en vrienden heeft zijn sterk. De steun die de allochtone ondernemer uit zijn nabije netwerk krijgt is instrumenteel, in de vorm van arbeid en kapitaal. Daarnaast is het nabije netwerk ook een belangrijke bron voor het verschaffen van informatie. Het sociale netwerk is belangrijk voor informatie over kansen en mogelijkheden. Door de gerichtheid op het nabije netwerk bestaat het gevaar dat ondernemers in een isolement raken. Deze interne gerichtheid is deels terug te zien bij de respondenten uit dit onderzoek. De interne gerichtheid en het gebruiksgemak van het nabije netwerk versterken elkaar hier.

Er ligt echter ook informatie ligt buiten het nabije netwerk en die informatie kan juist vaak van belang zijn om punten waarop ondersteuning nodig is op te vangen. Doordat de allochtone ondernemer echter veel sterke banden heeft binnen zijn bestaande netwerk is het moeilijker om die informatie binnen te halen om zo die punten te versterken. De boekhouder is een persoon die wel buiten het nabije netwerk valt als weak tie. Hiermee zou de boekhouder een ingang kunnen vormen tot objectieve en vernieuwende informatie.

4.6 De allochtone ondernemer en onderwijsinstellingen

Agrarische opleidingscentra zijn niet of nauwelijks bekend bij allochtone ondernemers. Een aantal reacties die dit heel treffend weergeven:

'Ik ken hen helemaal niet, ik weet niet wat zij doen' (U6).

'Je hebt hier wel een school die AOC heet, maar ik heb nooit gehoord dat daar een buitenlands kind daar naar toe gaat' (A6).

Allochtone ondernemers zijn wel bekend met stagiaires. Zij hebben er ook goede ervaringen mee. Het levert voor beide partijen wat op.

'Stagiaires zijn de toekomst van de branche, als jij hun geen plek biedt, dan houdt het op. Over tien jaar houdt het op dan. Ik ben ook jong begonnen als stagiair' (U4).

Deze stagiaires zijn niet uitsluitend van allochtone afkomst.

De stagiaires waar de ondernemers ervaringen mee hadden volgden een opleiding detailhandel aan een ROC of het betrof leerlingen van het VMBO met de richting detailhandel.

Het AOC is in Almelo beter bekend dan in Utrecht. Dit is wellicht te verklaren door de meer nadrukkelijke aanwezigheid van het AOC in Almelo en met het feit dat Almelo een kleinere stad is. Het AOC Wellantcollege is gevestigd net buiten Utrecht in Houten.

In beide steden blijft de bekendheid van het AOC achter bij de bekendheid van het ROC. Stagiaires zijn afkomstig van het ROC en in sommige gevallen hebben de ondernemers ook een zakelijke relatie met het ROC door levering van producten.

'Die kleine broodjes leveren wij aan het ROC, op dit moment verkopen zij dat in hun kantines' (A3).

Kort samengevat is er weinig bekendheid van het AOC onder allochtone ondernemers en daardoor ook weinig contact.

4.7 Ten slotte

In deze paragraaf worden de resultaten zoals gepresenteerd in de voorgaande paragrafen samengevat en worden de verbanden en conclusies gegeven.

4.7.1 Samenvatting

Het beginnen met een eigen zaak door allochtone ondernemers komt voort uit twee motieven. Enerzijds is er de ondernemingsdrang om eigen baas te willen zijn. Anderzijds is er in sterke mate sprake van kopeergedrag, waar economische motieven aan ten grondslag (zouden kunnen) liggen. De sociale omgeving van een ondernemer vormt soms een extra stimulans om ook daadwerkelijk voor zichzelf te beginnen. Het culturele model en de theorie van werkloosheid als drijfveren om een onderneming te starten komen wel naar voren maar voeren niet de boventoon.

Veel allochtone ondernemers zijn actief in de traditionele branche met de verkoop van verswaren. Dit komt doordat er vaak sprake is van overname van een bestaand bedrijf. Het starten van een onderneming in deze branche is ook relatief gemakkelijk in termen van kapitaal en benodigde opleiding. Wel is men er van bewust dat er vraag is naar bepaalde producten en dat men voorziet in deze behoefte. Dit past in het economisch kansenmodel.

In veel gevallen wordt heel impulsief begonnen met een eigen onderneming zonder dat men van te voren de gevolgen goed in ogenschouw heeft genomen. Het ondernemerschap wordt als een zwaar bestaan ervaren. Men heeft vaak wel ervaring in de branche of diploma's die ondersteunend zijn aan het ondernemerschap.

Vanaf het moment dat de ondernemer start begint hij ook met leren. Hij leert vooral door te doen. Problemen die hij tegen komt, kennis en vaardigheden die hij niet heeft, lost hij op. Deze oplossingen worden vooral gevonden in zijn nabije sociale netwerk.

De ontwikkelingsbehoeften van de ondernemers zijn niet eenduidig. Sommige ondernemers zijn gericht op een efficiëntere bedrijfsvoering, het trekken van meer klanten en professionaliseren. Anderen willen zelfs uitbreiden, door een breder assortiment of door zich ook op andere bedrijfstakken te richten. Er zijn ook ondernemers die zich niet willen ontwikkelen maar eerder geneigd zijn om te stoppen. Ondernemers die aangeven dat ze willen leren, geven tegelijkertijd aan dat de tijd om dat op een gestructureerde manier te doen ontbreekt. Om effectief te leren moet naar andere mogelijkheden gezocht worden dan de huidige onderwijsmethoden. Het minimale gebruik van geïnstitutionaliseerd leren is deels te verklaren uit de sterke gerichtheid op de eigen zaak.

Het nabije netwerk van de ondernemer is erg belangrijk voor hem. Hij haalt er heel veel uit, zowel op het gebied van klantenbinding, financieel en informatief.

De boekhouder neemt een belangrijke positie in het netwerk van de ondernemer. Hiermee vormt dit een bevestiging voor eerder gedaan onderzoek.

Agrarische opleidingscentra zijn niet of nauwelijks bekend bij allochtone ondernemers. Ondernemers zijn wel bekend met stagiaires en maken hier graag gebruik van. De stagiaires zijn afkomstig uit detailhandelopleidingen aan regionale opleidingscentra of het VMBO.

4.7.2 Verbanden en conclusies

Uit het totale beeld van de allochtone ondernemer dat uit de samenvatting naar voren komt zijn een aantal lijnen te trekken die weergeven hoe de wereld van allochtone ondernemers in elkaar zit en welke gevolgen dit heeft voor de manier waarop allochtone ondernemers zich ontwikkelen en wensen te ontwikkelen.

Ten eerste is daar de rode draad van het contact. De allochtone ondernemer heeft veelvuldig en intensief contact met zijn nabije netwerk. Hij spreekt dit netwerk aan voor steun, hulp en advies. Dit sterke contact is heel erg gericht op een relatief kleine groep mensen. Tegelijkertijd is er het contact met de bredere buitenwereld. Met de bredere buitenwereld worden zowel de klanten van de ondernemers als de organisaties en instellingen om de onderneming heen bedoeld. Dit contact is

moeizaam. Ondernemers zouden meer klanten willen trekken en weten organisaties en instellingen niet optimaal te benutten. Organisaties en instellingen weten de allochtone ondernemers ook niet op een effectieve manier te bereiken. Dit wordt ingezien door mensen die vanuit een breder perspectief naar het allochtone ondernemerschap weten te kijken. De enige die dit vastgelopen contact doorbreekt is de boekhouder. De situatie waarin er veel contact is met een beperkte groep en minder contact met het bredere netwerk heeft gevolgen voor de manier waarop ondernemers leren. Ze leren vooral via het nabije netwerk en dan vooral in door te doen.

Ten tweede zijn allochtone ondernemers niet altijd in staat om verder vooruit te denken door diezelfde sterke interne gerichtheid. Door de sterke focus op de zaak, het niet gericht zijn op samenwerking wat tot synergie kan leiden zijn ondernemers niet in staat om zich verder te ontwikkelen. Ondernemers proberen hun problemen zelf op te lossen binnen de eigen kring, het nabije netwerk. Hierdoor blijft het voor een deel van de ondernemers een zwaar bestaan. De sterke gerichtheid op het nabije netwerk uit zich ook in het beperkte gebruik van middelen, die aangeboden worden door organisaties en instellingen om de bedrijfsvoering te verbeteren.

Wanneer de motivaties en de ontwikkelingsbehoeften van ondernemers met elkaar in verband worden gebracht kan als antwoord op deelvraag 4: Wat is de relatie tussen de motivatie voor allochtonen om een onderneming te starten en hun ontwikkelingsbehoeften? Worden gesteld dat de verscheidenheid aan ontwikkelingsbehoeften van ondernemers wellicht te verklaren is uit de motieven die ten grondslag liggen aan de start van de onderneming. Wanneer ondernemingsdrang het motief is om voor zich zelf te beginnen is men meer gericht op ontwikkelen. Wanneer kopieergedrag aan de basis van de onderneming ligt, kan het zware bestaan de nekslag zijn voor ontwikkelingsbehoeften en is men meer gericht op overleven. Om dit verband expliciet vast te kunnen stellen, is echter nader onderzoek noodzakelijk. Wel kan geconcludeerd worden dat ondernemers meer gemotiveerd raken als hun onderneming goed loopt. De ondernemer ziet dan vaak nieuwe uitdagingen en wil graag aan een breder netwerk zijn producten of diensten aanbieden. Tevens richten enkele succesvolle ondernemers zich ook (op kleinschalige wijze) op innovatie.

5 Betekenis van de resultaten voor het groen onderwijs

In dit hoofdstuk zal dieper in worden gegaan op de relatie van dit onderzoek met de AOC's. Hierbij zal de door het projectteam georganiseerde workshop worden besproken, waarna de relatie tussen de resultaten van dit onderzoek en het AOC zal worden gelegd. Tenslotte zullen ook diverse samenwerkingsvormen worden opgesomd die de AOC's en de allochtone ondernemers mogelijk dichter bij elkaar brengen.

5.1 Introductie

Het onderzoek betreft het in kaart brengen van de drijfveren, opleidingachtergronden en de ontwikkelingsbehoeften van de allochtone ondernemer zonder daarbij direct een link te leggen met het Agrarisch Opleiding Centra (AOC). Wel is in de afgenomen interviews gevraagd of de allochtone ondernemer bekend is met het AOC. Dit bleek in bijna alle gevallen niet zo te zijn. Het AOC kent dan ook een laag percentage allochtone leerlingen. In 2005 volgde 485.000 leerlingen een MBO opleiding. Daarvan volgde er 460.000 leerlingen aan het ROC/vakschool onderwijs en 25.000 aan het AOC. Het percentage allochtonen binnen het ROC heeft een gemiddelde van 27%¹⁹ terwijl op het AOC minder dan 1% van de²⁰ leerlingen van allochtone kom af is. Hieruit kan men concluderen dat het AOC een onevenredig aandeel allochtone aantrekt. Om iets aan dit probleem te doen is de community culturele diversiteit groen onderwijs in het leven geroepen.

De community culturele diversiteit in groen onderwijs heeft tot doel om de integratie tussen het groen onderwijs en allochtone gemeenschap te vergroten. Enerzijds door meer allochtone leerlingen aan te trekken in het groen onderwijs. Anderzijds door leerlingen van het groen onderwijs meer bewust te maken van de hedendaagse multiculturele pluriforme samenleving.

Om invulling te geven aan een mogelijke link tussen het gedane onderzoek en wat het onderzoek zou kunnen opleveren voor het AOC is er een workshop georganiseerd. Er is voor deze vorm in overleg met de verschillende opdrachtgevers gekozen omdat het de gelegenheid geeft tot discussie, confrontatie, energie mobilisatie en planvorming. Elementen die nodig zijn om dit complexe probleem van integratie op het AOC aan te pakken. Deze workshop is mede tot stand gekomen op basis van de expertise van de ingehuurde expert Wim de Jong, praktijk onderzoek plant en omgeving (PPO). Wim de Jong heeft ervaring met het geven van workshops en is bekend met het AOC.

De groep van aanwezigen tijdens deze workshop bestond uit tien mensen. Waaronder twee afgevaardigden van het Wellantcollege, één afgevaardigde van het AOC-oost, één afgevaardigde van het ministerie van LNV, één afgevaardigde van community en de vijf projectleden van het AMC projectteam. Na afloop van de workshop is er een samenvatting van de gehele workshop naar alle deelnemers gestuurd (zie bijlage 7).

In 5.2 zal de inhoud van de workshop uiteen worden gezet. In 5.3 zal de relatie tussen de onderzoeksresultaten en het AOC kort inzichtelijk worden gemaakt, dit mede op basis van hetgeen dat uit de workshop naar voren kwam. In 5.4 staan mogelijke samenwerkingverbanden tussen het AOC en de allochtone ondernemer benoemd die in de workshop naar voren kwamen. Hierbij is rekening gehouden met de gegenereerde onderzoeksresultaten. Het hoofdstuk eindigt met de conclusie en de uitkomst van de evaluatie van de workshop, waarbij de workshopdeelnemer te beoordelen wat hij/zij van de workshop vond.

¹⁹ <http://www.mboraad.nl/web/show/id=252368>, bekeken op 3 december 2007.

²⁰ Ungvari, Zsuzsa, Allochtonen in het onderwijs in de groene sector, sollt, 2002.

5.2 Workshop

Het doel van de workshop was om de aanwezigen te confronteren met de onderzoeksresultaten en eventuele mogelijkheden te exploreren voor een samenwerking tussen het AOC en de allochtone ondernemers die verswaren verkopen.

Om dit doel te bereiken, kende de workshop de volgende onderdelen:

1. Introductie

De introductie betrof een korte inleiding van de middag en een korte weergave van de inhoud van het onderzoek. Daarbij zijn er foto's gepresenteerd van de geïnterviewde allochtone ondernemers met hun winkel om de beeldvorming te stimuleren.

2. Keukentafel gesprek

Het keukentafel gesprek bestond uit twee groepen, de AOC beleidsmakers en de allochtone ondernemers (AMC projectleden). Waarbij de AOC beleidsmakers als doel hadden een samenwerkingsvorm te vinden met de allochtone ondernemers. In het gesprek maakte de allochtone ondernemers, respectievelijk de AMC projectleden veel gebruik van de informatie die verkregen is gedurende de interviews. Op deze wijze vond er een confrontatie plaats tussen het AOC als opleidingsinstituut en de allochtone ondernemers. Het doel van dit gesprek was om enerzijds obstakels te ontbloten voor het aanbieden van onderwijs aan allochtone ondernemers en anderzijds het stimuleren van creativiteit om tot een samenwerkingsvorm te komen.

3. Plan van aanpakspel

Naar aanleiding van het keukentafelgesprek en de eigen expertise van de AOC beleidsmaker moest er een plan van aanpak worden geschreven. De deelnemers werden in twee groepen opgedeeld, AOC-oost en het Wellantcollege. De inhoud van het plan van aanpak moest bestaan uit een visie, missie, doel en strategie. Deze beide plannen werden vervolgens gepresenteerd aan de rest van de aanwezigen. Het doel van het plan van aanpak spel was om de informatie die opgedaan was gedurende het keukentafelgesprek en de eigen ideeën van het AOC-oost en het Wellantcollege te vertalen in een plan. Deze plannen zijn later in de workshop geconfronteerd met de onderzoeksresultaten.

4. Presentatie onderzoekresultaten

De onderzoeksresultaten van Utrecht (Marokkanen) en Almelo (Turken) zijn gedurende het presentatiemoment apart gepresenteerd. De reden hiervan is om een indicatie te geven van beide steden met bijhorende onderzoeksgroep. De presentatie van de onderzoeksresultaten had naast het doel om de resultaten van de afgelopen twaalf weken aan werkzaamheden inzichtelijk te maken het doel om een confrontatie mogelijk te maken tussen de onderzoeksresultaten en de gemaakte plannen van aanpak.

5. Confrontatie onderzoeksresultaten met plannen van aanpak

Beide plannen werden geconfronteerd met de onderzoeksresultaten door het AMC-projectteam. Dit had tot doel om de plannen haalbaar te maken en de eventuele obstakels in te plannen te etaleren en gezamenlijk na te denken over alternatieve routes.

6. Evaluatie

Aan het eind van de workshop is er geëvalueerd. In de evaluatie is er gevraagd naar de beoordeling van de workshopmiddag en de hetgeen wat geleerd is door de deelnemer samen te vatten in twee zinnen. Deze evaluatie had tot doel enerzijds als reflectie middel voor het AMC-projectteam, hoe deze middag door de deelnemers ervaren is. Anderzijds had dit als doel om de middag af te sluiten met een persoonlijke samenvatting waardoor iemand hetgeen dat hij/zij geleerd heeft voor zichzelf hanteerbaar maakt.

5.3 Relatie onderzoeksresultaten en het AOC

Het onderzoek op zichzelf geeft geen inzicht in de complexe afstandsrelatie die er bestaat tussen het AOC en de allochtone ondernemer. Het onderzoek, zoals eerder aangegeven, richt zich op het onderzoeken van drijfveren, opleidingsachtergronden en ontwikkelingsbehoeften van allochtone ondernemers. Wel kunnen er uit het onderzoek mogelijke obstakels gedistilleerd worden voor het volgen van onderwijs aan het AOC. Het eerste gedeelte van dit hoofdstuk betreft de obstakels die de allochtone ondernemer ervaart in het aangaan van samenwerking met het AOC. Het tweede gedeelte van dit hoofdstuk gaat over het probleem dat het AOC ervaart met het aangaan van een relatie met de allochtone ondernemer.

5.3.1 Allochtone ondernemer versus AOC

Hieronder staat een korte opsomming met de verschillende obstakels die naar voren kwamen in het gedane onderzoek. De meeste van de obstakels zijn ook besproken gedurende de workshop.

Obstakels voor het volgen van onderwijs aan het AOC:

- De ondernemer heeft erg druk en daardoor weinig tijd voor onderwijs.
- De manier hoe de ondernemer leert betreft voornamelijk "Learning by doing"
- De ondernemer geeft aan niet perse onderwijs nodig te hebben voor de zaak die hij/zij nu heeft.
- De ondernemer heeft vooral ondersteuning nodig bij zaken waar men nu tegen aanloopt.
- De ondernemer zoekt benodigde ondersteuning met name in de vrienden- en familie kring (eigen netwerk).
- Ouders, die veel zeggenschap hebben, zien graag dat hun kinderen een beroepsgroep kiezen met veel aanzien zoals advocaat, makelaar etc. Het AOC word niet direct gerelateerd aan het bereiken van deze statusberoepen.
- De ondernemer is onbekend met het AOC.

Een ander obstakel, wat verder onderzoek behoeft, is het feit dat Turkse ondernemers zich zouden schamen als de concurrent zou weten dat de ondernemer onderwijs volgt. Dit obstakel werd aangedragen door iemand van de oud-belangenorganisatie van Turkse ondernemers in Almelo. Het volgen van onderwijs wordt geassocieerd met het aangeven dat je hulp behoeft of dat de zaken binnen de onderneming niet goed lopen. Dit obstakel zal een reden kunnen zijn voor het al dan niet volgen van onderwijs. Dit onderzoeksresultaat is niet generaliseerbaar maar behoeft verder onderzoek.

Deze belemmeringen zorgen ervoor dat de ondernemers niet ontvankelijk zijn voor regulier onderwijs aan het AOC. De samenwerking (of integratie) zal gezocht moeten worden op andere terreinen en in andere setting dan het klassieke klassikale onderwijs. Gedurende de workshop is er gezocht naar andere mogelijkheden voor een basis van samenwerking.

5.3.2 AOC versus allochtone ondernemer

In de workshop kwam naar voren dat de verkoop van verswaren niet behoort tot het domein van het groen onderwijs. Het AOC zal bij het benaderen van de allochtone ondernemer in verswaren op de rand van haar domein moeten functioneren. Daarbij mist het AOC de expertise om allochtone ondernemers in verswaren ook daadwerkelijk te begeleiden. Hierbij kan men denken aan marketingdeskundigen en (allochtone) docenten die vertrouwd zijn met de doelgroep. Het actief benaderen van allochtone ondernemers zal dus ook een interne verandering betekenen. Daarnaast kan de situatie ontstaan dat het AOC en ROC hierdoor een grote overlap krijgen, dat kan resulteren in een conflicterende relatie tussen de twee onderwijsinstututen. Het groen onderwijs moet zagezegd haar grenzen opzoeken, dit past ook binnen de bestaande trend van het AOC. Marjan Lunter, Hoofd afdeling Ontwikkeling en Innovatie bij Aequor te Ede geeft aan: "Er is in het algemeen een trend gaande dat AOC's overwegen om opleidingen te starten die niet puur groen zijn en zich op de grens van het groene domein bevinden". Het opzoeken van de grenzen van het domein kan dus bijdragen aan de overlap tussen het AOC en ROC, maar het past wel binnen de bestaande trend.

5.4 Geëxploreerde samenwerkingverbanden

Gedurende de workshop is er gezamenlijk gezocht naar mogelijkheden vanuit het AOC om een samenwerkingverband aan te gaan met de allochtone ondernemer die verswaren verkoopt. Bij het bedenken zijn de verschillende eerder genoemde obstakels in acht genomen. Hieronder staan kort de verschillende samenwerkingsverbanden opgesomd.

1. Stageplaats:

een leerling van het AOC zou kunnen stage lopen bij een allochtone ondernemer. Uit het gedane onderzoek blijkt dat veel ondernemers openstaan voor een stagiaire. De voordelen van deze samenwerking zijn dat de allochtone ondernemer bekend wordt met het AOC wat mogelijkheden kan geven voor verdere toekomstige samenwerking en dat de leerling zich meer bewust wordt van de multi-culturele samenleving.

2. Allochtone gastdocent:

Door het inhuren van een allochtone gastdocent kan er voor worden gezorgd dat de leerlingen van het AOC onderwijs meer bewust worden van de multiculturele samenleving. Naast dit voordeel, kan het een begin vormen van een samenwerking wat kan leiden tot een introductie in een groter netwerk van de gastdocent wat nieuwe mogelijkheden kan bieden. Voor de gast docent heeft het als voordeel dat hij door het doceren inkomsten genereert wat hem/haar zal aanspreken. Daarnaast zal het voor de ondernemer niet veel tijd in beslag nemen waardoor hij de werkzaamheden in winkel kan continueren.

3. Catering verzorgen door allochtone ondernemer:

Een meer alternatieve vorm van samenwerking is om de catering te laten verzorgen door een allochtone ondernemer. Waarbij er naast de vertrouwde Nederlandse hap ook buitenlandse alternatieven verkocht kunnen worden. Daarbij kan de allochtone cateraar zorgen voor een opening in een netwerk, wat perspectief kan bieden op een intensievere toekomstige samenwerking.

4. Leerarrangement:

In het zogenaamde leerarrangement wordt de ondernemer de begeleider van een leerling naar keuze, bijvoorbeeld een jongere uit het eigen netwerk. Het voordeel voor de ondernemer is dat deze leerling veel werk uit handen kan nemen. Daarnaast kan de ondernemer wellicht een erkend leerbedrijf worden wat hem en zijn onderneming meer status geeft. Het is van belang dat de ondernemer duidelijk de korte termijn voordelen worden voorgespiegeld anders zal de allochtone ondernemer hiervan af zien. Het voordeel voor het AOC is dat er een samenwerking ontstaat tussen het AOC en de ondernemer. In deze relatie, waarin het AOC de ondernemer begeleidt in het begeleiden van de leerling, kan er een basis ontstaan voor nieuwe samenwerkingsvormen die meer onderwijs georiënteerd zijn.

5. Deelkwalificatie "Managen"

Binnen de deelkwalificatie managen zou er een leerling de mogelijkheid kunnen krijgen om samen met een Allochtone ondernemer te kijken hoe zijn/haar bedrijf functioneert op o.a. financieel gebied, in de keten en hoe er meer klanten binnen gehaald zouden kunnen worden. Deze samenwerkingsvorm zal alleen haalbaar zijn als de ondernemer bekend met het AOC en de begeleider. Daarbij moet het voor de ondernemer duidelijk zijn welke voordelen dit voor hem op korte termijn levert. Gezien ondernemers erg druk zijn moet dit geen extra tijd kosten.

De samenwerkingsvormen zullen dus in eerste instantie niet bestaan uit het aanbieden van (klassikale) onderwijs maar het werken aan een relatie. Vanuit deze relatie zullen er wellicht nieuwe samenwerkingsverbanden kunnen ontstaan die meer onderwijs georiënteerd zijn. Al zal deze onderwijs georiënteerde samenwerking altijd een samenwerking op maat moeten zijn.

5.5 Conclusie en evaluatie

Het gedane onderzoek richtte zich niet op een eventuele samenwerkingvorm tussen de allochtone ondernemer en het AOC. Wel zijn er linken te leggen tussen het onderzoek en de wens van het AOC om meer te integreren binnen de multiculturele samenleving. Aan de ene kant is er de wens om meer allochtone leerlingen aan te trekken en aan de andere kant de leerling meer bewust te maken van de huidige multiculturele samenleving. Om invulling te geven aan deze mogelijke link is er een workshop door het AMC projectteam georganiseerd. In deze workshop zijn de onderzoeksresultaten gepresenteerd en plannen bedacht hoe er een samenwerking tussen deze beide groepen zou kunnen ontstaan. De samenwerking moet niet zozeer gezocht worden in het direct aanbieden van onderwijs. Er zal veel meer naar een samenwerking gezocht moeten worden waarin beide partijen elkaar beter leren kennen. Dit beter leren kennen kan een basis vormen voor toekomstige meer onderwijs georiënteerde samenwerking. Het initiatief om de allochtone ondernemer bij het groen onderwijs te betrekken moet vanuit het groen onderwijs komen. Hierbij moeten de randen van het groene domein op worden gezocht.

Aan het eind van de workshop is er geëvalueerd. Alle deelnemers waren erg positief. Er is gevraagd een cijfer te geven tussen de 0 en de 10. Het gemiddelde kwam uit op een 9.

6 Conclusies en aanbevelingen

In dit hoofdstuk worden de conclusies van het onderzoek gegeven. De conclusies beantwoorden de probleemstelling doormiddel van de vier bijhorende deelvragen. Ook zal er in de onderstaande paragraaf kort de aanbevelingen voor het AOC beschreven worden in relatie tot de allochtone ondernemer.

6.1 Conclusie

In deze paragraaf zal systematisch een antwoord worden gegeven op de vier voor dit onderzoek geformuleerde deelvragen.

6.1.1 Motieven voor allochtonen om een onderneming te runnen

In het onderzoek komt naar voren dat vooral economische redenen en de ondernemingsdrang de drijvende krachten zijn voor het opstarten van de onderneming. Er zijn ondernemers die intrinsiek gemotiveerd zijn om: iets voor zichzelf te beginnen, eigen baas te zijn en op deze wijze inkomsten te genereren. (ondernemersmodel) De ondernemer denkt door een eigen onderneming te starten 'eenvoudig' geld te kunnen verdienen. Vaak wordt deze gedachte gevoed doordat men iemand kent die een onderneming heeft en bijvoorbeeld in het bezit is van dure luxe artikelen. Dit motiveert de potentiële ondernemer tot het kopiëren van een bestaande onderneming die hij kent. Veel van de geïnterviewde ondernemers gaven aan gestart te zijn met de onderneming omdat er vraag naar was binnen het sociale netwerk (economisch kansen model). Dit netwerk bestaat voornamelijk uit mensen van dezelfde allochtone afkomst.

Een andere belangrijke drijfveer, die minder duidelijk naar voren komt in ons onderzoek is dat allochtonen een bedrijf opstart om werkloosheid en de discriminatie op de arbeidsmarkt te ontvluchten (reactief model). Het culturele model en de theorie van werkloosheid (reactieve model) als drijfveren om een onderneming te starten komen wel naar voren maar voeren niet de boventoon.

Het sociale netwerk heeft een belangrijke rol voor het opstarten van de onderneming. Het sociale netwerk waar men kapitaal en informatie vandaan haalt bestaat voornamelijk uit familie en vrienden. Op de vraag waarom allochtone ondernemers hebben besloten verswaren te verkopen wordt verschillend gereageerd. Veelal werd aangegeven dat een klant de ondernemer vroeg om deze producten te verkopen, het een product is dat men altijd nodig zal blijven hebben of dat men de bestaande bedrijfvoering de verkoop van verswaren heeft overgenomen. Vanuit brancheverenigingen geeft men aan dat kopieer gedrag ook een belangrijke reden is waarom allochtone ondernemers vaak een onderneming in verswaren runnen.

6.1.2 Opleidings- en ontwikkelingsachtergrond van de allochtone ondernemer

Ondernemers die voor 2002 zijn begonnen hebben veelal een middenstanddiploma behaald. Het behalen van dit diploma was tot 2002 verplicht. Veel ondernemers leren ondernemen in verswaren door gewoon te beginnen in plaats van dat ze vooraf een opleiding volgen. De ontwikkelingsachtergronden zijn erg verschillend, sommige van de ondernemers hebben een administratie opleiding of cursus gevolgd, andere hebben geen enkele verwante opleiding of cursus gevolgd. Een aantal ondernemers gaven aan het werken als ondernemer te hebben geleerd van familie en kennissen. De opleiding en ontwikkelingsachtergronden zijn dus onderling erg verschillend. Hieruit kan men concluderen dat het volgen van een opleiding of cursus niet als een bepalende voorwaarde wordt gezien voor het al dan niet starten van een onderneming.

6.1.3 Ontwikkelingsbehoeften op het gebied van ondernemerschap van de allochtone ondernemer

De allochtone ondernemer in verswaren leert vooral door te doen. Ze hanteren een meer informele leermethode zonder een vaststaande structuur. Het gewoon aan de slag gaan, is de motor achter de meeste leermomenten. Men start de onderneming in een korte tijd zonder voorafgaand een

ondernemingsplan op te stellen. De (subjectieve leerbehoefte) vraag, waarin de allochtone ondernemer zich zou willen ontwikkelen, werd vaak niet rechtstreeks beantwoord. De ondernemers wisten niet goed aan te geven waarin men zich verder zou willen ontwikkelen. Sommige gaven aan te willen stoppen en binnen een andere branche te willen beginnen, anderen waren bezig om weer iets nieuws binnen het bedrijf op te zetten.

Het blijkt voor de ondernemer lastig te zijn om een eigen ontwikkelingsbehoefte te definiëren, om de eigen (subjectieve) leerbehoefte duidelijk weer te geven. Het is voor de ondernemer niet duidelijk wat deze zou willen leren met betrekking tot het ondernemen. Men vond het dus lastig om de manifeste lange en korte termijn behoeften aan de onderzoekers van dit onderzoek weer te geven. Toch bestaat er wel degelijk een leerbehoefte onder allochtone ondernemers. Deze latente leerbehoefte hebben vooral betrekking op een hogere efficiëntie in de bedrijfsvoering en meer klantenbinding. Doordat er geen duidelijke manifeste collectieve leerbehoefte te vinden is, ligt een leermethode via een één op één relatie, gericht op ontwikkeling, meer voor de hand dan traditionele vormen van onderwijs.

In geval van problemen of onduidelijkheden wordt er hulp gezocht binnen het sociaal netwerk zoals bij familie en vrienden of de boekhouder. Vooral de boekhouder wordt vaak genoemd door de ondernemer als een persoon waar men met vragen naar toe gaat. Ook het onderzoek van Tilkioglu (2006) geeft inzicht in het feit dat de boekhouder een belangrijke rol heeft naast het reguleren van het boekhoudproces van de onderneming. Verder gaven de ondernemers aan geen opleiding nodig te hebben voor het runnen van een onderneming omdat het werk relatief eenvoudig is. Een intensievere samenwerking tussen ondernemers zien veel ondernemers niet als een mogelijkheid. Dit komt voort uit een onderling gebrek aan vertrouwen.

6.1.4 Relatie tussen de motivatie voor allochtonen om een onderneming te starten en hun ontwikkelingsbehoefte

Er kan worden gesteld dat de verscheidenheid aan ontwikkelingsbehoefte van ondernemers wellicht te verklaren is uit de motieven die ten grondslag liggen aan de start van de onderneming. Om dit verband expliciet vast te kunnen stellen is nader onderzoek noodzakelijk. Wel kan geconcludeerd worden dat ondernemers meer gemotiveerd raken als hun onderneming goed loopt. De ondernemer ziet dan vaak nieuwe uitdagingen en wil graag aan een breder netwerk zijn producten of diensten aanbieden. Tevens richten enkele succesvolle ondernemers zich ook (op kleinschalige wijze) op innovatie.

6.2 Aanbevelingen voor groen onderwijs

Een samenwerkingsverband tussen het AOC en allochtone ondernemers zal in eerste instantie niet gezocht moeten worden in een opleidinggeoriënteerde samenwerking. De ondernemer is te druk voor het volgen van onderwijs. Bovendien gebruikt de ondernemer onderwijs niet voor het oplossen van problemen of zaken waar men tegenaan loopt. Een samenwerking tussen de allochtone ondernemer en het groen onderwijs is echter mogelijk, indien de randen van het groene domein worden opgezocht. Een persoonlijke aanpak richting de ondernemer is hierbij noodzakelijk. De allochtone ondernemer zal door het groen onderwijs benadert moeten worden, de ondernemer zoekt niet uit zichzelf contact met het (groen) onderwijs. De eerste samenwerkingsvormen zullen vooral gericht zijn op het elkaar leren kennen, waaruit eventuele toekomstige meer onderwijsgeoriënteerde samenwerkingverbanden kunnen voortvloeien. Hierbij kan men denken aan:

- Stages, de allochtone ondernemer biedt een stageplek aan voor leerlingen van het AOC.
- Inhuren allochtone gastdocenten bij het AOC.
- Bedrijfsbezoek van het AOC naar de allochtone ondernemer en visa versa.
- Allochtone ondernemers de catering laten verzorgen.

In een later stadium kunnen mogelijk binnen deze samenwerkingsverbanden leerarrangementen plaatsvinden. Leerlingen kunnen bijvoorbeeld binnen een deelkwalificatie management een ondernemer ondersteunen in de bedrijfsvoering. Het is van belang dat het voor de ondernemer duidelijk is welke directe voordelen de samenwerking oplevert en dat er een basis van vertrouwen is om deze samenwerking te doen slagen. De bovenstaande samenwerkingsverbanden zijn bedacht gedurende de workshop rekening houdend met de obstakels die er zijn voor het aanbieden van onderwijs aan allochtone ondernemers.

7 Discussie

Er zijn een aantal onderwerpen die in het onderzoek niet of onvoldoende worden belicht. Dit komt mede omdat er een limiet aan tijd voor het onderzoek bestaat en er daardoor voorafgaand aan het onderzoek een afbakening moest plaatsvinden. Daarnaast zijn er onderwerpen die gedurende het onderzoek naar voren kwamen die van te voren niet voorzien waren. In dit hoofdstuk willen we aandacht geven aan deze onderwerpen die wat discussie behoeven en in het onderzoek niet of onvoldoende aandacht hebben gekregen maar verder onderzoek vragen.

7.1 Verschil allochtonen en autochtonen

Het onderzoek richt zich voornamelijk op de allochtone ondernemer. Er zijn in het onderzoek geen autochtone ondernemers geïnterviewd en er is geen literatuurstudie gedaan naar de autochtone ondernemer in verswaren. Dit maakt dat er geen vergelijking kan plaatsvinden tussen deze twee groepen. Er kan dus niet bepaald worden of de allochtone ondernemer in verswaren een andere aanpak behoeft vanuit het AOC dan de autochtone ondernemer.

7.2 Vergelijking Almelo en Utrecht

Men kan op basis van de verkregen informatie van de geïnterviewde Turken in Almelo en geïnterviewden Marokkanen in Utrecht geen vergelijking tussen de Turkse en Marokkaanse ondernemers trekken. Ten eerste zijn er te weinig respondenten geïnterviewd om hierover een uitspraak te doen. Daarnaast zijn er meer onafhankelijke variabelen die de verschillen tussen de Turk in Almelo en de Marokkaan in Utrecht vormgeven die los staan van de etniciteit of culturele achtergrond. Andere onafhankelijke variabelen anders dan etniciteit zijn bijvoorbeeld de macro economische verschillen tussen Utrecht en Almelo en het verschil in ligging van de beide plaatsen.

7.3 Ontvangen en geven in relatie tot het netwerk

Het onderzoek maakt duidelijk dat de allochtone ondernemer veelvuldig gebruik maakt van zijn netwerk. Het netwerk voorziet hem van de benodigde informatie en liquide middelen om de onderneming te starten en te continueren. Het onderzoek gaat daarbij niet in wat het de ondernemer kost om dit netwerk in stand te houden en wat het de ondernemer kost voor ieder verkregen dienst vanuit zijn netwerk. Men kan dus geen uitspraak doen op basis van een kosten/baten analyse of het netwerk juist een bijdrage levert aan het ondernemerschap of het ondernemerschap in de weg staat.

7.4 Boekhouder als ingang voor het AOC

Veelvuldig kwam in de interviews naar voren dat de boekhouder een belangrijke rol vervult voor de ondernemer. Naast de ondersteuning in het boekhoud proces, voelt de ondernemer zich zodanig vertrouwd met de boekhouder dat hij hem meerdere vragen buitenom het boekhoudproces stelt. De boekhouder kan vanwege deze vertrouwensband een belangrijk mediator rol vervullen tussen de allochtone ondernemer en het AOC. Hierbij is wel de vraag of deze boekhouder openstaat voor de vervulling van deze rol omdat deze taak buiten zijn formele rol valt en het belangenverstremgeling kan veroorzaken.

7.5 Bias ten aanzien van vrijheid

In het onderzoek komt naar voren dat ondernemers aangeven ondernemer te zijn geworden vanwege de vrijheid dat het ondernemerschap biedt. Hierbij duid men voornamelijk op het niet moeten werken onder een baas. Dit wordt aangegeven als belangrijke drijfveer voor het ondernemerschap ondanks het feit dat ze aangeven hard te moeten werken, veel uren te moeten maken en weinig geld verdienen met het ondernemerschap. Het zou kunnen dat de ondernemers een bias hebben ten aanzien van het vrij zijn. Een bias die de keuze voor het ondernemerschap legitimeert ondanks de eerder genoemde

zware eisen (hard werken, veel uren en weinig geld verdienen) die het ondernemerschap aan hen stelt.

7.6 Discriminatie

In de literatuur wordt ook aandacht besteed aan het zogenaamde reactieve model. Dit model gaat in op het feit dat de allochtone ondernemer, ondernemer is geworden omdat hij door discriminatie geen reguliere baan kon vinden. Dit kwam in het onderzoek niet duidelijk naar voren. Het kan er mee te maken hebben dat de ondernemer het hier liever niet over heeft of dit op dit punt te weinig gedurende de interviews is doorgevraagd. De rol van discriminatie komt dus niet sterk naar voren, maar op basis van dit onderzoek kan niet worden uitgesloten dat discriminatie geen rol speelt bij het opstarten van een eigen onderneming.

Literatuurlijst

Arce, A. (1993). "Negotiating agricultural development: Entanglements of bureaucrats and rural producers in Western Mexico". Wageningen Studies in Sociology. 34, Wageningen University.

Bergeijk, J. van, Bor, W. van den, Leeuwis A. (red.), (1990). Agrarisch onderwijskundig onderzoek in ontwikkeling. Vakgroep Agrarische onderwijskunde, Landbouwwuniversiteit Wageningen, Nederland.

Bovenkerk, F., (1983), De sociologie van de allochtone onderneming, De Sociologische gids, Boom, Amsterdam

Chell, E., Pittaway, L. (1998) A study of entrepreneurship in the restaurant and café industry: exploratory work using the critical incident technique as a methodology, International Journal of Hospitality Management.

Dijk, J.A.G.M. van (2001). Netwerken als Zenuwstelsel van onze Maatschappij. Oratie 1-11-2001. Enschede: Universiteit Twente.

Dijk, J.A.G.M. van (2001). Netwerken als Zenuwstelsel van onze Maatschappij. Tijdschrift voor Communicatiewetenschap, 30), 37-54.

Dijk, J.A.G.M.. van (2003). Outline of a Multilevel Theory of the Network Society, In press.

Duim, van der V.R. (2005) Tourismscapes; An actor-network perspective on sustainable tourism development, Dissertation Wageningen University

Flap, H., A. Kumcu & B. Bulder (2000). 'The Social Capital of Ethnic Entrepreneurs and their Business Success', in: Rath, J. (editor), Immigrant Business: The Economic, Political and Social Environment, (142-161) London: MacMillan Press

Geerts, G., e.a. (1999). Van Dale groot woordenboek der Nederlandse taal, Van Dale Lexicografie, Utrecht, p. 4295

Granovetter, M. S. (1974). Getting a job: A study of contacts and careers. Cambridge, MA: Harvard University Press

Hart, H. 't (2001). Onderzoeksmethoden. 5^e druk, Boom, Amsterdam.

Inspectie van het onderwijs (2005). Onderwijsjaarverslag 2003-2004. Utrecht: Inspectie van het onderwijs.

Inspectie van het onderwijs (2007). De staat van het onderwijs. Onderwijsverslag 2005/2006. Utrecht: Inspectie van het onderwijs.

Ivancevich, J.(1991). A traditional faculty member's perspective on entrepreneurship, Journal of Business Venturing, nr 6, p. 1-7

Lambrecht, H., Verhoeven, H., Martens, A. (2002). Ondernemende allochtonen... of allochtone ondernemers? Een kwantitatief en kwalitatief verkennend onderzoek naar allochtone ondernemers in Vlaanderen, KUL, Leuven

Lambrecht, H., Verhoeven, H., Martens, A. (1999). Allochtone ondernemers of ondernemende allochtonen? Ondernemers!, KUL, Leuven

Lans, T., Wesselink, R., Biemans, H.J.A. & Mulder, M., (2004). Work-related lifelong learning for entrepreneurs in the agri-food sector. International Journal of Training and Development 8: 72-88.

Long, N. (1992) 'From Paradigm Lost to Paradigm Regained? The Case for an Actor-Oriented Sociology of Development', in: N. Long and A. Long (eds.) *Battlefields of Knowledge. The Interlocking of Theory and Practice in Social Research and Development*. London/New York, Routledge.

MASUREL, E., e.a., 2002, Motivations and performance conditions for ethnic entrepreneurship, *Growth and Change*, nr 33:2, p. 238-260

Portes, A., & Sensenbrenner, J. (1993). Embeddedness and immigration: Notes on the social determinants of economic action. *American Journal of Sociology*, Vol. 98, no. 6, pp 1320-1350

Portes, A. (1995). "Economic Sociology and the Sociology of Immigration: A Conceptual Overview" in A. Portes, ed. *The Economic Sociology of Immigration. Essays on Networks, Ethnicity and Entrepreneurship*. New York: Russell Sage Foundation.

Rogers, E.M. & D.L. Kincaid (1981). *Communication Networks: Toward a New Paradigm for Research*. New York: Free Press.

Stevenson, H.H., Roberts, M.J., Grousbeck, H.I. (1985). *New business ventures and the entrepreneur*. Irwin, Homewood, IL.

Sunic, T. (1994). Gevonden 21 November, 2007 op:
<http://home.alphalink.com.au/~radnat/debenoist/alain6.html> *Gemeinschaft and Gesellschaft: A sociological view of the decay of modern society*. Vol. 34, *Mankind Quarterly*, pp 263.

Tilkioglu, H.(2006). Allochtoon ondernemen in Vlaanderen. Gevalstudie: Motieven van Turkse ondernemers in de horecasector in de stad Genk, Universiteit Hasselt, Hasselt p. 74-97

Tillaart, H. van den, Reubsaet, Th.(1988). *Etnische ondernemers in Nederland*, Instituut voor toegepaste sociale wetenschappen, Nijmegen

Tillaart, H. van den (2001). *Monitor etnisch ondernemerschap 2000*, ITS, Nijmegen

Tilly, C., & Tilly, C. (1994). *Capitalist work and labor markets*. In N. J. Smelser & R. Swedberg (Eds.), *The handbook of economic sociology*(pp. 283-312). Princeton, NJ: Princeton University Press.

Ungvári, Zsuzsa (2002). *Allochtonen in het onderwijs in de groene sector*, Soltt, Ede.

Vanhoren, I., Bracke S. (1992). *Etnisch ondernemerschap in het Brussels Hoofdstedelijk Gewest*, KUL.Hoger Instituut voor de arbeid, Leuven

Verschuren, P., Doorewaard, H. (1999) *Designing a Research Project*. Utrecht: Lemma.

Vogels, R. (2006). *Onderwijs*. In: A. Steenbekkers, C. Simon en V. Veldheer (red.), *Thuis op het platteland. De leefsituatie van platteland en stad vergeleken*. (p. 121-148). Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau (scp-publicatie 2006/1).

Wagemans, I. (2001). *Allochtoon ondernemerschap: overeenkomsten en verschillen tussen mannelijke en vrouwelijke ondernemers*, Diepenbeek, p. 85.

Bijlage 1: Interviewprotocol belangenorganisaties

Gesprek met vertegenwoordigers van belangenorganisaties/ondernemersverenigingen van allochtone ondernemers.

Voor ons AMC-project naar de drijfveren, opleidingsachtergronden en ontwikkelingsbehoeften van Turkse en Marokkaanse ondernemers in verswaren, gaan we ook gesprekken houden met vertegenwoordigers van allochtonen organisaties in Utrecht en Almelo.

Het doel van deze gesprekken is tweeledig:

- 1 algemene informatie over etnisch ondernemerschap in Utrecht en Almelo. (respectievelijk Marokkanen en Turken)
- 2 Gebruik maken van het netwerk dat zij hebben voor verder interviews met de ondernemers.

Concepten

Algemeen

Beschrijving van de groep die zij vertegenwoordigen.

Welke ontwikkelingen zijn er gaande binnen de allochtone ondernemersgemeenschap.

Drijfveren

Waarom denkt u dat allochtonen een eigen zaak beginnen?

Waarom zijn veel allochtonen actief in de verkoop van verswaren?

Opleidingsachtergronden

Op basis van welke kennis worden deze ondernemingen gestart?

Op welke wijze wordt er kennis/vaardigheden verworven gedurende het ondernemerschap.

Ontwikkelingsbehoeften

Tegen welke zaken lopen deze ondernemers aan bij het runnen van hun onderneming?
Hoe lossen zij dit op?

Bestaat er een behoefte om opleiding te volgen? (kennis/vaardigheden op te doen)

Onderhouden ondernemers een netwerk?

Maken ondernemers gebruik van een netwerk of werken ze meer zelfstandig?

Tenslotte

Contactgegevens van mogelijke respondenten?

Bijlage 2: Interviewprotocol ondernemers

1. Inleiding

Doormiddel van het voeren van gesprekken²¹ met allochtone ondernemers willen we duidelijkheid krijgen in de hieronder gestelde onderzoeksvraag en de bijhorende doelstelling:

Wat zijn de drijfveren, opleidingsachtergronden en ontwikkelingsbehoeften op het gebied van ondernemerschap van allochtone ondernemers die actief zijn in de verkoop van verse producten in Utrecht en Almelo?

Deelvragen:

- 5. Wat zijn de motieven voor allochtonen om een onderneming te drijven?*
- 6. Wat zijn de gevolgde opleidingen voor het starten van de onderneming?*
- 7. Wat zijn de ontwikkelingsbehoeften op het gebied van ondernemerschap van de allochtone ondernemer?*
- 8. Wat is de relatie tussen de motivatie voor allochtonen om een onderneming te starten en hun ontwikkelingsbehoeften?*

Doelstelling:

Het in kaart brengen van de drijfveren, opleidingsachtergronden en ontwikkelingbehoeften op het gebied van ondernemerschap van allochtone ondernemers die actief zijn in de verkoop van versproducten; waardoor de mogelijkheid wordt verschaft aan zowel het ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit als (groene) onderwijsinstellingen om in te spelen op behoeften van de allochtone ondernemer.

Er zal aan de respondent gevraagd worden of hij/zij akkoord gaat met het opnemen van het gesprek. Het opnemen van het gesprek heeft tot doel dat de interviewer zich gedurende het gesprek geheel kan richten op de respondent en dat fouten in informatieverwerking worden geminimaliseerd.

De onderzoeksvragen bevatten drie concepten waar we doormiddel het voeren van gesprekken meer inzicht van willen krijgen. Het betreffen de concepten drijfveren, opleidingsachtergronden en ontwikkelingsbehoefte.

Tijdens de gesprekken zal gevraagd worden om toelichting te geven door middel van voorbeelden. Dit om de informatie een beeldend en expressief karakter te geven.

De gesprekken zullen gevoerd worden in tweetallen waarbij één persoon het daadwerkelijke gesprek voert terwijl de ander in de gaten houdt of alle vooraf opgestelde onderwerpen aan bod komen.

²¹ Onder gesprek wordt een semigestructureerd interview in de vorm van een sociaal gesprek verstaan.

2. Fasering interview

Uitgangspunt van de gesprekken zal zijn om de respondenten te laten vertellen over hun onderneming. Het idee hierachter is dat ondernemers graag over hun eigen zaak vertellen en dat dit meer informatie oplevert dan een gestructureerd interview. Door te vragen naar belangrijke momenten aangaande de onderneming zal geprobeerd worden inzicht te krijgen in de drijfveren, opleidingsachtergronden en ontwikkelingsbehoeften van de ondernemer. De officiële term die bij deze interviewtechniek hoort is: critical incidents method.

Het startpunt van het gesprek betreft het verkrijgen van algemene informatie dat tot doel heeft een beeld te vormen van de respondent. Een nevendoelstelling is dat het een ontspannen inleiding vormt voor het vervolg van het gesprek.

Vervolgens zal er in worden gegaan op de belangrijkste concepten genoemd in de doelstelling, waarbij de concepten in een semigestructureerd interview in de vorm van een sociaal gesprek in elkaar zullen over vloeien. De hoofdstructuur van het interview zal geleid worden door de volgorde van de concepten (en bijhorende coderingen);

Concepten en codering

1. Concept drijfveren (codering: Waarom ondernemen? Waarom verkoop van verswaren?)
2. Concept opleidingsachtergronden (Codering: Welke kennis heeft de ondernemer voor het starten van zijn/haar onderneming opgedaan)
3. Concept ontwikkelingsbehoeften (Codering: Wat de ondernemer wenst te leren? Hoe de ondernemer dit wil gaan leren?)

3. Checklist en hulp/start vragen

Algemene informatie

Naam:

Plaats onderneming:

Land van herkomst (ethniciteit):

1^o/2^o Generatie:

Kunt u ons kort wat algemene informatie geven over uw winkel. Bijvoorbeeld hoe lang u deze winkel al heeft, hoeveel medewerkers u heeft, of u meerdere winkels heeft, wat voor assortiment u heeft, welke verswaren u verkoopt, uw klantenkring. Een korte geschiedenis.

Start van de (huidige) onderneming

Waar kwam het idee vandaan om een onderneming te starten?

Waarom heeft u besloten verswaren te verkopen?

Hoe verliep de opstart?

- gebruikte bronnen/kennis.

- eerdere ervaring als ondernemer.

Heeft u ondersteuning gehad bij het opstarten van de onderneming

Zo ja, van wie en hoe?

Wat zou u achteraf gezien misschien anders aangepakt hebben?

Heeft aan andere alternatieven gedacht voordat u uw onderneming startte?

Welke opleidingen heeft u gevolgd?

- in welke vorm, waar en hoe lang?

Periode tussen opstarten en nu

Bent u aangesloten bij een ondernemers- of belangenvereniging?

Onderhoud u contacten met ander soortgelijke ondernemers? Zo ja, waarom?

Hoe gaat u om met zaken die u niet weet/waar u geen oplossing voor heeft? Wie benadert u met uw vragen?

Heeft u wel eens een stagiair gehad? Over nagedacht? Hoe vond u dat?

Toekomst

Wat zijn uw ambities voor nu en in de toekomst?

Wat heeft u daar voor nodig?

Wilt u uw huidige werkzaamheden op deze manier blijven doen?

- huidige werkwijze.
- ondernemerschap.

Heeft u wel eens nagedacht over het volgen van een cursus of opleiding?

Vind u het goed als wij een foto van u en uw onderneming maken?

Checklist

Algemene informatie

Reden voor starten onderneming

Waarom verswaren

Basis waarop de onderneming is gestart

Ontwikkelingsbehoeften: wat

Ontwikkelingsbehoeften: hoe

Termen/begrippen voor starten onderneming

Economisch

Reactief (discriminatie en ontvluchten economische situatie)

Cultureel (onderdeel van cultuur)

Ondernemerschap (intrinsiek: wil zelf wat opstarten)

Termen/begrippen voor opleidingsachtergrond

Familie, sociaal netwerk, diploma's, learning by doing, trial and error, moskee, vereniging, ervaring, etcetera.

Termen/begrippen voor ontwikkelingsbehoeften

Boekhouden, hygiëne, marketingtechnisch, uitbreiden, regelgeving, wetten, productkennis, kwaliteit,

Opleiding, sociaal netwerk, belangenorganisaties

Bijlage 3: Kritische Incidenten Techniek

De Kritische Incidenten Techniek (Critical Incident Technique) stelt de individuele ervaring van de respondent centraal en richt zich door middel van open vragen op concrete ervaringen die men als overwegend positief of juist als overwegend negatief heeft ervaren (non-routine quality). (Heske en partners, 2006) De kritische incidenten methode is door Flanagan in 1954 als eerste heel concreet beschreven. Flanagan richt zich daarbij vooral op observatie. In dit onderzoek zal observatie alleen gedurende het interview plaatsvinden en gaat het vooral om het gesprek met de ondernemer. Deze methode is een flexibele methode en kent geen rigide regels, de methode kan aangepast worden op basis van het onderzoek (Gremier, 2004)

Volgens Chell is Kritische Incidenten Methode een krachtige techniek waarbij je relevante data verkrijgt voor praktische doeleinden met betrekking tot actie verbeteringen en management implicaties. Nu (tijd) In ons onderzoek willen we het werk van de ondernemer praktisch inzichtelijk maken waarbij de link wordt gelegd met ondernemen, drijfveren en ontwikkelingsbehoeften. Chell onderscheid in een onderzoek naar ondernemers in de horeca branche drie verschillende methode voor het verzamelen van kritische incidenten. De eerste methode is een zelf invulmethode waar incidenten worden verzameld aan de hand van gestructureerde formulieren. De tweede methode, is een interviewmethode waarbij de respondent een verhaal verteld met betrekking tot een kritisch incident, om dit gesprek te ondersteunen worden er ongestructureerde vragen gesteld. De gestelde vragen in deze tweede methode hebben betrekking op hoe de respondent het verhaal verteld, dus niet gestuurd door een gestructureerde vragenlijst. De derde methode die Chell onderscheid is groepsinterview methode waarbij ze onderling de rol vervullen van respondent en interviewer. (Chell and Pittaway, p. 25)

In dit onderzoek zal van de tweede methode gebruik worden gemaakt. In dit onderzoek zal er doormiddel van het vragen naar een kritisch incident het gesprek vanuit het perspectief van de ondernemer gestimuleerd worden. Door dit te doen beoogt het onderzoek beter inzicht te krijgen in de praktijk van de allochtone ondernemer. Waarbij het interview expliciet ingaat op; wat de ondernemer geleerd heeft; hoe de ondernemer het geleerd heeft; en wat de ondernemer nog in de toekomst wil leren.

Voor- en nadelen

De kritische incidenten methode is in dit onderzoek van belang omdat de "critical incidents" meer tot verbeelding van de ondernemer spreken en de daarbij horende leerervaringen en leerwensen beter naar voren komen. Daarnaast wordt er met deze methode bepaalde termen met de daarbij horende associaties vermeden. Vooral bij allochtone ondernemers, is uit de gehouden proefinterview, dit van belang gebleken. Daarbij moet men denken aan woorden als "leren" wat geassocieerd kan worden met het in de schoolbanken zitten en het woord "probleem" dat geassocieerd kan worden met criminaliteit. De kritische incidenten methode stimuleert om de respondent aan het woord te laten en stimuleert daarbij dat de respondent zich uitdrukt op zijn/haar eigen manier.

De ondernemer wordt in deze methode vooral aan het woord gelaten en wordt daarbij niet te veel gestuurd door een vragenlijst. Het voordeel is dat de informatie wordt verzameld vanuit het perspectief van de respondent met zijn/haar eigen woorden. De ondernemer wordt daarbij niet gestuurd door het vragenraamwerk van de interviewer.(Gremier, 2004) Volgens Chell wordt de kritisch incidenten methode voornamelijk bekritiseert op d gebieden van betrouwbaarheid en validiteit. Aller eerst kunnen kritische incidenten eenvoudig worden verkeerd worden geïnterpreteerd. Het nadeel van deze methode is dat het incident opgehaald moet worden uit het geheugen, het is een zogenaamde retrospectieve onderzoeksmethode. Hierdoor kan de uit de geheugen op te halen kritische incident vervormd worden weergegeven. (Gremier, 2004) Daarnaast zit het gevaar dat er alleen naar grote incidenten wordt verwezen en alledaagse kleinere incidenten niet worden genoemd. Het kan ook zijn dat de ondernemer geen zin heeft om het gehele verhaal te vertellen om dat te veel tijd en energie kost om het verhaal gedetailleerd uit het geheugen op te halen.

Met deze nadelen zal in dit onderzoek rekening gehouden worden door gedurende het interviewen doormiddel van doorvragen en samenvatten dicht bij de waarheid te komen. Daarbij vragen zal aan de respondent gevraagd worden of er een beroep op diens tijd en energie gedaan mag worden.

Bronnen:

1. <http://www.heskesresearch.com/html/krit.html>
2. http://sfx.library.wur.nl:9003/sfx_local?sid=google&aunit=JC&aunist=FLANAGAN&atitle=The+critical+incident+technique.&id=pmid:13177800
3. <http://www.viktoria.se/~dixi/BISON/resources/gremmer2004.pdf>
4. http://en.wikipedia.org/wiki/Critical_Incident_Technique
5. A study of entrepreneurship in the restaurant and cafe industry: exploratory work using the critical incident technique as a methodology,
6. http://www.sciencedirect.com/science?_ob=ArticleURL&_udi=B6VBH-3TGNGNX-4&_user=533256&_coverDate=03%2F31%2F1998&_rdoc=1&_fmt=&_orig=search&_sort=d&view=c&_acct=C000026798&_version=1&_urlVersion=0&_userid=533256&md5=b043a40f59c89b37e8dc65c015a39fac

Bijlage 4: Foto's

Foto's ondernemers

Hieronder staan een aantal van de genomen foto's van geïnterviewden ondernemers en ondernemingen. De foto's zijn bedoeld om een beeld te geven van de allochtone ondernemer met zijn onderneming. De hieronder staande foto's zijn ad random geplaatst en zijn louter bedoeld voor het schetsen van een beeld.

Turkse ondernemer in Almelo



Figuur 1



Figuur 2



Figuur 3



Figuur 4



Figuur 5



Figuur 6



Figuur 7



Figuur 8



Figuur 9

Marokkaanse ondernemers Utrecht



Figuur 1



Figuur 2



Figuur 3



Figuur 4



Figuur 5



Figuur 6



Figuur 7



Figuur 8

Bijlage 5: Bevindingen Almelo

In deze bijlage worden de resultaten van de dataverzameling in Almelo weergegeven.

Respondenten

- A1 Interview Turkse belangenorganisatie voor ondernemers, gehouden op 25 oktober 2007
- A2 Interview Turkse ondernemer, gehouden op 25 oktober 2007
- A3 Interview Turkse ondernemer, gehouden op 25 oktober 2007
- A4 Interview Turkse ondernemer, gehouden op 25 oktober 2007
- A5 Interview Turkse ondernemer, gehouden op 25 oktober 2007
- A6 Interview Turkse ondernemer, gehouden op 31 oktober 2007
- A7 Interview Turkse ondernemer, gehouden op 31 oktober 2007

Drijfveren ondernemen en verswaren onderneming

Als eerste is aan de belangenorganisatie gevraagd naar wat de Turkse ondernemer beweegt om een zaak te runnen. Hieronder is zijn antwoord te lezen:

“Turken zijn in het algemeen heel gedreven, ze willen zich graag bewijzen en ze willen graag voor de toekomst iets opbouwen. En bij ons in de allochtone gemeenschap is de familie zo gehecht, je kind is over 40 jaar nog steeds je baby.(..) En omdat de familiebanden zo hecht zijn, probeer je ook voor de kinderen iets op te bouwen. Die gedachte is heel anders. En de mensen willen dit doel vaak bereiken door ondernemerschap. Ze geloven dat ze door middel van ondernemerschap meer kunnen verdienen dan bij een baas. En daarom beginnen ze heel vaak een bedrijf” (A1).

De reacties van de ondernemers zelf over de motieven van het starten van de onderneming:

‘Tegen augustus zei zij tegen mijn moeder, is deze zaak niet wat voor jou? Je hebt nog jonge kinderen die later de zaak kunnen overnemen’ (A4).

‘Het goed willen proberen van die zaak te lopen, voor de toekomst van de kinderen, zo een beetje verder’ (A6).

Naast het opbouwen voor je kinderen komt uit reacties van ondernemers sterk naar voren dat reacties vanuit hun kennissenkring een belangrijk motief zijn om een zaak te beginnen of over te nemen, zoals bij deze ondernemer:

‘Ik zat in de metaalindustrie(..) Er zijn niet veel die ambachtelijk werken. Mensen vinden het gewoon lekker en die hebben een duwtje gegeven zeg maar. Met mijn eigen zaak. Daar is het ontstaan. (..) In de fabriek maakte ik ook op suikerfeesten voor hen. Zij vroegen aan mij waarom begin je niet een eigen zaak? Ja, daarmee is het begonnen’ (A3).

Vanuit de literatuur (Lambrecht, et al. 1999) spreekt men van ondernemingsdrang als een van de beweegredenen om een onderneming te starten. Ondernemingsdrang kan voortkomen uit ervaringen uit het verleden. Deze ervaring kan opgedaan zijn in loondienst, maar ook wanneer de ouders een eigen onderneming hadden. Deze twee aspecten kunnen aan de voet staan van het beginnen van een onderneming.

‘Ik heb twee jaar thuis gezeten met mijn man, hij is leerkracht, ik werkte als schoolassistente. Door de bezuinigingen van Balkenende moesten de Melkertbanen weg, dus ik en mijn man moesten weg. Wat moet je doen, wat moet je dan doen?? Alleen in een fabriek kun je dan werken en dat wil ik niet, een vleesfabriek. Als ik moet kiezen dan kies ik hier voor(..) je hebt drie kinderen, dus je moet iets doe’ (A5).

‘Ik heb 6/7 jaar in de sociale dienst gezeten, ik heb wel eerder gewerkt. Mijn richting is metaal, draaien en frezen. Ik heb 10 jaar bij Stork gewerkt, daarna werd ik overspannen. Van het thuis zitten werd ik nog veel zieker, door problemen met het gezin’ (A3).

'Kennis van mijn vader(..) Mijn vader zat in Turkije ook al in de handel. (..) Mijn vader is met een compagnon gestart in 1979, toen besloot ik in 1995 het over te nemen van alle twee. In 1995 was het goede handel, nou is dat niet meer zo, mar in de tussentijd heb ik het pand gekocht'(..) 'In 1979 waren wij de eerste in Almelo, nu zijn dit er 16 of 17' (A5).

'Ik heb ook voor een baas gewerkt, dat beviel toen niet nee, (..) je bent zelfstandig, je hebt geen chef op je. Je mag je keuzes zelf bepalen' (A5).

'(..) aspecten voor de 2^e en 3^e generatie. Zij hebben gezien dat hun ouders 12 uur per dag moesten werken. Jaar in jaar uit, onder slechte omstandigheden. En dat willen zij niet meer hebben. Ze willen niet meer hebben dat hun baas zegt: Ali doe dit, Ali, doe dat. Ze zijn slecht in het opvolgen van orders' (A2).

Naast de ondernemingsdrang worden ondernemingen vooral gestart door kopieergedrag. Dit wordt niet genoemd door de ondernemers zelf, maar door de belangenorganisatie:

'Turkse ondernemers beginnen, zoals gezegd, vaak een zaak die ze ergens anders hebben gezien. En dat is ook één van de problemen onder allochtone ondernemers. Dat er in het bedrijf geen, hoe heet dat, geen verschillende bedrijven gaan beginnen dan eigenlijk wat bestaat. En dan richten ze zich ook nog steeds op een bepaalde groep mensen. En dan komt er nog een zaak bij, nog een groentewinkel, dan komt een zesde groentewinkel erbij en dan moeten ze het toch hebben van ongeveer 10% van de bevolking' (A3).

'Ze keken van buitenaf en als ze dan zagen dat iemand die een winkel heeft in een dikke auto rijdt en twee keer per jaar op vakantie kan, is voor veel mensen een aanleiding geweest om zelf ook een winkel te beginnen' (A2).

Ondernemers ondervinden aan de lijve wat het kopieergedrag voor hen betekent en komen langzaam terug op hun motieven van het starten van de onderneming.

'Als je een eigen zaak hebt, dan heb je geen vrije tijd meer, normaal sluit ik de winkel om 18.00 uur en dan werk ik tot 20.00-20.30 uur in de winkel om alles voor te bereiden voor de volgende dag. Als je bij een baas werkt, werk je 8 uur per dag en dan ben je vrij, dan hoeft je niks meer na te denken, niks te doe' (A6).

'Heel druk geworden. In 1979 waren we de eerste in Almelo, nu zijn het er 16 of 17'. (..)Zoveel concurrentie, je verdient weinig als je veel concurrenten hebt. Vroeger verdiende ik heel goed' (A6).

Specifieke beweegredenen voor het hebben van een onderneming in verswaren zijn niet altijd aanwezig.

Vaak is men er ingerold door ervaringen uit het verleden of er is sprake van overname van een bestaand bedrijf.

Wel wordt aangegeven dat het runnen van een onderneming in verswaren een kwestie is van inspelen op de behoeften van de multiculturele samenleving dat Nederland is.

Sommige Turkse ondernemers zijn bereid om in te spelen op de behoeften van de klant, daardoor zie je dat zij een breed assortiment producten aanbieden.

'Omdat er ook mensen zijn met een andere cultuur die snakken naar hun eigen product, die helemaal uit Turkije of Syrië komen. (..) Ik verkoop Oosterse, Arabische, Griekse, Arabische producten, en deze afdeling is zelfs Bosnisch' (A5).

'Dit is een Turkse winkel, met meest Oosterse producten. Iedereen heeft een andere smaak. Mensen vragen mij naar hun smaak en ik koop dat dan. (..) Deze afdeling is helemaal Surinaams' (A3).

Start van de onderneming

De meeste ondernemingen worden opgestart uit ervaringen uit het verleden van de ondernemer. Deze ervaringen zijn opgedaan door het meelopen in het zelfde vakgebied. Twee van de zes ondernemers hebben eerst meegelopen in het bedrijf onder de vorige eigenaar om de kneepjes van het vak te leren om het vervolgens over te nemen. Door het meelopen is er ervaring opgedaan in het runnen van een onderneming, in deze gevallen verliep de opstart(doorstart) soepel.

'Nee, wij hadden hiervoor geen eigen zaak, mijn moeder heeft een jaar meegelopen, dat zij alles weet hoe het moet' (A4).

Ondernemers geven aan dat voor het opstarten van een eigen onderneming geen diploma's verplicht zijn. Dit is voor velen ook van doorslag gevend geweest om de onderneming te starten. Tot 2002 was het verplicht om een middenstandsdiploma te halen. De ondernemers die voor 2002 zijn begonnen hebben dit diploma wel in bezit. De ondernemers die na 2002 zijn begonnen verkrijgen hun kennis in de vorm van het opdoen van vaardigheden binnen de kennissenkring.

'Ik heb in de sector detailhandel het middenstandsdiploma gehaald. Met nog een jaar extra boekhouding' (A5).

'Hij is bij een kennis in de zaak wezen kijken (in Turkije red.) en er werd uitgelegd hoe hij het moest maken, normaal doen zij dat niet zo snel' (A7).

Bij twee ondernemers is het proces van de overname en opstart erg snel gegaan. Hierover zeggen zij:

'Dat is bij ons erg snel gegaan, omdat het paar hier meteen weg wilden, want die hadden gezondheidsproblemen. Zodoende zijn wij erin gerold, zonder dat we de tijd hadden om er over na te denken. Normaal is die procedure van een ondernemingsplan opzetten kredietaanvragen erg lang' (A6).

'Ik zei nog laten we rustig beginnen. Maar dat andere echtpaar, die had er echt vaart achter gezet, die wilden zo snel mogelijk stoppen. Ik had het liever rustiger aangedaan, me beter laten inlichten wat de btw betreft. Je komt achteraf dingen tegen, waarvan je zegt: óh dat wist ik niet' (A7).

'Erin stappen en dan overlevenja'.

Degenen waarvan de opstart erg snel verliep hebben gedurende de opstart alles in de praktijk geleerd, door vooral aan hun netwerk te informeren hoe het ondernemen in de praktijk gaat. Voor het ondernemerschap hebben zij geen verwante diploma's.

'Wij zijn er zelf achtergekomen hoe de kassa werkt en hoe je de rollen bestelt. We hebben alles zelf ondervonden' (A6).

'Dat is helemaal niet uitgelegd door de vorige eigenaar, maar beetje bij beetje vragen, bij de groothandel, bij de mensen zoals de klanten'. Maar nu weet ik alles, want je gaat meer en meer vragen' (A6).

Zowel als het kopieergedrag mede met impulsieve overname, missen de nodige vaardigheden wat er komt kijken bij ondernemen. De belangenorganisatie zegt hierover:

'In de Nieuwstraat zijn vier groentewinkels in een straat, nu zijn er twee kapot, en zijn er nog twee over. En 50 meter verderop is er nog een. En nog even verderop ook. In totaal zijn hier ongeveer 11 groenteboeren' (A1).

'En vooral bij de 2^e generatie, ontbrak de kennis aan alle kanten. Zowel management, van hoe moet je een bedrijf opstarten. Je moet jezelf ergens inschrijven, hoe werken de formulieren van de belastingdienst. Waar kun je terecht voor een eventuele lening. Die kennis was er niet' (A1).

Alle ondernemers zijn afhankelijk door financiering vanuit familie, vrienden en kennissen. Sommigen zijn naar de bank geweest om te informeren, maar die was niet bereid te financieren. Doordat de opstart in sommige gevallen zo snel verliep, werd het beroep doen aan kennissen noodzakelijk.

Ontwikkelingsbehoeften

Omdat bij de meeste de opstart van de onderneming erg snel is gegaan, komen de meeste terug van de idealen die zij hadden als ondernemer. Het meest genoemde argument is dat zij naast het ondernemen geen tijd meer over hebben voor andere zaken, zoals hun gezin.

Het wordt met de dag zwaarder. Het is wel leuk en gezellig werk. Er komen veel verschillende mensen en je kletst met elkaar. Maar aan de andere kant, wanneer mijn man niet kan, dan moet naar de groothandel en dan ben je aan het sjouwen met dozen. Dan heb ik soms wel zo veel pijn dat je ik moet janken van de pijn en dan denk je ik wil niet meer'.

'Het is echt hard werken, net als in een bedrijf. Ik ben vannacht naar de groothandel geweest om in te kopen. Dan om 03.00 op staan en hier om 8.00 terug zijn om de zaak te openen. Dan moet ik zelf alles schoonmaken en uitpakken' (A2).

'Nu heb ik geen vrije tijd voor mijn gezin, alleen op zondag' (A5).

De helft van de ondernemers zien geen toekomst in het continueren van de onderneming in de huidige vorm. Hierover zeggen enkele ondernemers het volgende:

'Je bent er kapot van. Ik krijg een kapot lichaam en ik krijg kast van mijn rug. Ik doe dit werk nu 12 jaar, en daarvoor heb ik vijf jaar voor mijn vader gewerkt, dus 17 jaar. Dat wil ik niet meer. Zoveel concurrentie, en je verdient weinig als je concurrenten hebt. Vroeger verdiende het heel goed. Normaal bij de levensmiddelen moet je 50% oprekenen, wij rekenen gewoon maar 25%, dat is helemaal niks' (A5).

'Wij gaan ermee stoppen, het staat al te koop' (A6).

'Nou heb ik geen zin meer in deze handel, helemaal kapot' (A5).

De andere helft van de ondernemers is gemotiveerd om door te gaan met de onderneming en verder te groeien hierin. Zij zien het ondernemen als een uitdaging en proberen door middel van het verbreden van hun assortiment hun netwerk te vergroten, om zodoende ook aan autochtonen te verkopen. Naast het verbreden van hun assortiment geldt innoveren ook een belangrijke rol om het productieproces te verhogen. Hier geven ondernemers voorbeelden van:

'Wij zijn nu bezig met het uitbreiden van onze productie. We gaan langzamerhand naar machinaal. Wat mij nu maken is allemaal handwerk. We gaan onze productie verhogen. Gewoon aan andere mensen leveren, aan andere bakkerijen en aan andere restaurants' (A3).

'Ik wil de scan invoeren hier, zodat het bestellen bij de groothandel makkelijker gaat. Misschien te overwegen een leverdienst, zodat familieleden die in Haaksbergen en Westerhaar wonen, via internet kunnen bestellen en dan leveren wij' (A4).

Deze ondernemers leren door bezig te zijn in hun bedrijf, zij leren zich verder te ontwikkelen door kennis van externen te gebruiken. Hierbij moet ook in de vorm van cursussen gedacht worden.

'Hier zie je nog zakken couscous staan, maar ik wil daar een kast van bouwen, zodat iedereen er makkelijk bij kan en het hygiënisch blijft' (A4).

'Wij krijgen maandelijks een tijdschrift van bakkerijmiddelen. Daar staan nieuwe machines in die ontwikkeld zijn. En ik vraag collega's(in Duitsland) die al een stapje verder zijn' (A3).

Breder netwerk van de ondernemer

Het nabije netwerk van de ondernemer is erg belangrijk voor hen. Er wordt veelvuldig gebruik gemaakt van familie, vrienden en kennissen voor financiering en advies.

Vijf van de zes ondernemers zijn geen lid van een belangenvereniging. Het karakteristieke van de ondernemers in Almelo is dat zij elkaar als concurrenten zien. Vanuit dit oogpunt zijn de ondernemers niet bereid willig om vanuit hun eigen netwerk te denken naar een groter geheel. Dit beeld komt naar voren door middel van observatie en door informatie van de belangenorganisatie.

'De ondernemers gaan niet onderling praten, maar ze gaan wel met de leverancier praten. Ze zouden bijvoorbeeld met z'n alleen een vrachtauto huren en samen inkopen en kijken wat er uit komt. Daar zouden zij meer winst uit kunnen halen' (A1).

'Ik heb zoveel meegemaakt, ik kan de meeste mensen niet meer vertrouwen. Als ik iets zeg gaan zij de volgende dag naar een ander toe. Als je zegt dat het tussen ons moet blijven, vertellen zij het toch gewoon door aan die ander. Dat vind ik niet leuk. Meestal ga ik naar de KvK of naar mijn accountant, dat blijft gewoon tussen ons, het gaat niet verder' (A5).

Zaken waar de ondernemer tegenaan loopt wordt besproken met de boekhouder, dit geldt voor alle gevallen van de ondernemers.

Allochtone ondernemer en onderwijsinstellingen

Agrarische opleidingscentra zijn enigszins bekend bij allochtone ondernemers.

Hieronder volgen enkele reacties:

'Weet je wat het is, het AOC is niet zo bekend bij allochtonen. Misschien moeten zij meer reclame maken. Toen zij ermee kwam, dacht ik van AOC, daar weet ik helemaal niets van af, terwijl wij hier in Almelo wel een AOC hebben' (A7).

'Je hebt hier wel een school die AOC heet, maar ik heb nooit gehoord dat daar een buitenlands kind daar naar toe gaat' (A6).

De ondernemers zijn beter bekend met het opleidingscentrum ROC.

'Ik heb stagiaires vanuit het ROC, voor de verkoop' (A5).

'Die kleine broodjes leveren wij aan het ROC, op dit moment verkopen zij dat in hun kantines' (A3).

De ondernemers gaven aan dat zij nog best cursussen willen volgen. De belangorganisatie beaamt de gedachte dat de ondernemers nog best graag bij willen leren, maar hij oppert ook een keerzijde.

'Wij hebben de meeste behoefte aan informatie wat de administratieve werkzaamheden betreft. Daar hebben wij erg weinig informatie over. Dan moet je naar de belastingdienst stappen met allerlei vragen, terwijl je eigenlijk niet weet wat je gaat vragen. Die achtergrond mis je dan. (...) een contactpersoon/begeleider die je een beetje wegwijs maakt in het begin met de opstart zou prettig zijn. En dan met name om belastingen en administratie' (A7).

'Oh ja, zeker. Er is wel een grote behoefte om bekend te raken met wat zich binnen een onderneming afspeelt. Maar op één of andere manier gaat men dat toch niet doen. Dat kan ook te maken hebben met status, dat andere mensen zien dat je dat allemaal nog moet leren. Van je bakt er niks van, een negatieve gedachte. En men is vaak ook tevreden met wat men heeft.

De eigenaren van de winkeltjes gaan niet onderling praten, maar ze gaan wel met de leverancier praten. Onderling gebeurt niet. Ze zouden bijvoorbeeld kunnen zeggen: we gaan met zijn allen een vrachtwagen huren en samen inkopen en kijken wat er uit komt. Daar zouden ze heel veel winst mee draaien. Maar nee, want de één zegt ik ben beter en koop goedkoper in dan jullie' (A1).

Bijlage 6: Bevindingen Utrecht

Deze bijlage bevat een uitgebreider overzicht van citaten uit interviews, gehouden in Utrecht. De tekst vertoont overeenkomsten met hoofdstuk 4. Er zijn acht interviews afgenomen in Utrecht waarvan twee vanuit een breder perspectief dan alleen de eigen onderneming. De codes achter de citaten verwijzen naar de respondenten.

Respondenten

U1 Interview Utrechtse ondernemer met bekendheid met Marokkaanse gemeenschap, gehouden op 29 oktober 2007

U2 Interview Marokkaanse ondernemer uit Utrecht, gehouden op 2 november 2007.

U3 Interview Marokkaanse ondernemer uit Utrecht, gehouden op 2 november 2007.

U4 Interview Marokkaanse ondernemer uit Utrecht, gehouden op 2 november 2007.

U5 Interview Marokkaanse ondernemer uit Utrecht, gehouden op 5 november 2007.

U6 Interview Marokkaanse ondernemer uit Utrecht, gehouden op 5 november 2007.

U7 Interview met projectleider Partners in Nieuw Ondernemerschap²², gehouden op 15 november 2007.

U8 Interview Marokkaanse ondernemer uit Utrecht, gehouden op 15 november 2007.

Niet opgenomen

Drijfveren

Persoonlijkheid is een belangrijke determinant voor het hebben van een eigen zaak. Veel (vier van de zes ondernemers; 4/6) van de ondernemers die wij gesproken hebben zijn ondernemend ingestelde mensen die veel belang hechten aan vrijheid.

'Ik wou echt meer vrijheid, dus echt voor mezelf beginnen.' (U2)

Ondernemingsdrang is een van de beweegredenen om een onderneming te starten. Deze ondernemingsdrang kan voortkomen uit ervaringen uit het verleden. Deze ervaring kan opgedaan zijn in loondienst, maar ook wanneer de ouders een eigen onderneming hadden, dan vertaald dit zich vaak door naar de persoonlijkheid van de huidige ondernemers om ook iets voor zichzelf te beginnen.

Naast ondernemingsdrang is het starten van een eigen onderneming ook een vorm van kopieergedrag. Dit wordt niet aangedragen als een beweegreden voor het starten van de eigen onderneming, maar dit wordt wel gezegd over andere ondernemers. Ook wanneer er van een afstand gekeken wordt naar allochtone ondernemers wordt kopieergedrag genoemd als reden voor het starten van eigen ondernemingen. Van buitenaf lijkt het vaak alsof het hebben van een eigen onderneming de sleutel tot een welvarend bestaan is. Maar in de praktijk blijkt dit tegen te vallen.

'Iedereen denkt, ze rijden in Mercedes. Ze hebben dit, ze hebben dat, dat wil ik ook allemaal. Ze denken allemaal dat ze dat al in één jaar hebben gerealiseerd. Zo zit dat een beetje in elkaar bij de allochtone ondernemer.' (U5)

'En het is makkelijk, ze kunnen dingen importeren, exporteren en vaak een collega ondernemer heeft het ook gedaan en die liep ook goed en die kon er ook zijn brood mee verdienen.' (U7)

De focus van ondernemers ligt heel sterk bij de onderneming en het werk zelf. Er wordt niet altijd gelijk verder gekeken maar vooral ook gelet op het hier en nu.

'Je moet altijd beginnen, zonder begin bereik je niets. Zo is het leven.'(U4)

'Het is gewoon hard werken en zorgen dat je de boel goed op orde hebt.' (U6)

²² Doelstelling van dit project is het bevorderen van ondernemerschap bij allochtone doelgroepen in de stad Utrecht door goede informatie en adviezen.

Specifieke beweegredenen voor het hebben van een onderneming in verswaren, een traditionele branche, zijn niet altijd aanwezig. Vaak is men er ingerold door ervaringen uit het verleden of er is sprake van overname van een bestaand bedrijf in de traditionele branche.

'Ik ben er gewoon een beetje ingerold. Ik zat te kijken wat moet je beginnen, ik heb vroeger al in de horeca gewerkt. (...) Ik heb ook vrienden en kennissen die zitten hierin en dan hoor je nog wel eens wat. Vandaar dat ik er in ben gerold.' (U6)

Wel wordt aangegeven (3/6) dat het runnen van een onderneming in verswaren ook een kwestie is van inspelen op de behoefte die er bestaat onder allochtonen om toegang te hebben tot bepaalde producten uit de eigen cultuur. Allochtone ondernemers zijn heel erg bereid om in te spelen op de behoeften van de klant, daardoor zie je ook vaak dat er een heel breed assortiment wordt gevormd.

'Omdat er gewoon behoefte is aan bepaalde producten die autochtone ondernemers niet hebben of verkopen.' (U1)

'Groente en fruit is toch primaire levensbehoeften van mensen, daar zal altijd vraag naar zijn. Iedereen moet elke dag eten.' (U5)

Als antwoord op de vraag voor de keuze voor verse producten:

'Waarom ik dat heb gedaan? Dat heeft met de vraag te maken. De doelgroep, mijn doelgroep wil graag, ja. Als ik alleen maar vlees ga verkopen dan ontbreekt er iets in mijn assortiment. Je moet altijd zo breed mogelijk zijn.' (U4.)

Daarnaast is de traditionele branche een sector waar men relatief snel in kan stappen. Het vereist geen grote investeringen, zowel in opleiding als in financiële middelen.

'Nou groente, voor zoiets heb je niet zoveel vermogen nodig hè. Om iets anders mee te beginnen heb je echt vermogen nodig. En vermogen heb ik niet.' (U2)

Vanuit een breder perspectief op allochtoon ondernemerschap werd de lage opleidingsvereiste als reden gegeven voor het hoge aantal allochtone ondernemers in de traditionele branche. Deze lage drempel werkt het kopieergedrag ook in de hand.

'Ik denk het makkelijkst om mee te beginnen. Daar heb je niet echt opleiding voor nodig.' (U7)

Start van de onderneming

Een onderneming wordt gestart op basis van ervaringen uit het verleden. Alle ondernemers die wij gesproken hebben, hebben ervaringen die nuttig zijn voor het runnen van een eigen onderneming. Het kan zijn dat ze al eerder een eigen bedrijf hebben gehad. Dit zijn dan eerder opgedane ondernemersvaardigheden. Soms hadden de ouders vroeger een eigen bedrijf in Marokko of Nederland en zo zijn zij ook het ondernemerschap ingerold.

'Ik ben er ingerold, mijn vader is in 1961 begonnen, op de Bemuurde Weerd OZ. Dat was de eerste Islamitische slagerij in Nederland, toen was ik nog niet eens geboren. In 1979 hebben we een ander filiaal geopend in Den Haag en daar ging ik altijd helpen. Na schooltijd of in het weekend altijd daar helpen, vegen, verpakken, schoonmaken. Op een gegeven moment, steeds beetje bij beetje. Je wilt niks anders dan een eigen zaakje te hebben en uitbreiden.' (U5)

De meeste ondernemers hebben ook een middenstandsdiploma, in ieder geval wanneer dit nog verplicht was. Naast het middenstandsdiploma, de algemene ondernemersvaardigheden hebben sommigen ondernemers ook bepaalde diploma's op het gebied van administratie of een slagersdiploma. Deze diploma's zijn belangrijk en handig voor het runnen van de eigen onderneming. Hetzij voor de uitvoering van het werk of voor de boekhouding. Het gedeelte dat ontbreekt wordt opgevuld door mensen in dienst te nemen of een boekhouder in de hand te nemen. Wanneer ondernemers zelf een vak of onderdeel niet beheersen dan maken zij gebruik van de kennis en vaardigheden van anderen.

'Ik heb twee mensen in loondienst. Die runnen het. Ik doe het administratiewerk en het denkwerk ongeveer, zo noemen we dat. En het echte werk dat doen die andere twee, die voeren gewoon uit.' (U4)

De start van de onderneming is ook tegelijkertijd de start van een leerproces. Als ondernemers beginnen met hun zaak weten ze lang niet altijd wat ze op hun hals halen.

'Nu ben ik er achter gekomen, want voordat je start hoor je allemaal verhalen. De één blaast het meer op dan de ander. Men zegt niet, dat het niet goed verdient. Mensen willen graag opscheppen over wat zij doen. Als er één een euro verdient dan zegt hij al dat hij heel veel verdient. Maar als je er echt zin zit dan merk je hoe het zit.' (U6)

Een voorbeeld dat gegeven wordt over een andere ondernemer:

'Hij begon heel dol enthousiast, toonbankje dit en tegels. Dat is zo gedaan, maar het draaiend houden, daar zat de techniek in. Hij heeft nu zoiets van moet ik dit elke dag doen, vroeg opstaan en 's avonds, en ik heb nog een berg papieren en moet nog etiketjes maken, prijzen maken en de folder. Ja, dat zijn de dingen die je erbij komen, dat moet je ook leren, dat zijn de verrassingen die je tegenkomt op een gegeven moment.' (U5)

De oorzaak van deze rommelige opstartfase waarin zij heel veel leren ligt in de snelheid waarmee soms begonnen wordt met een eigen zaak.

'Ik kwam dit pand tegen, zomaar overgenomen. Daarom. Daarom ging het eigenlijk zo vlug.' (U4)

'Ik kwam een keertje gewoon langs en ik zag gewoon te huur. Toen dacht ik van: 'even kijken.' En binnen een uurtje had ik alles gewoon echt afgesproken. Ik ging naar huis en ik had volgens mij iets van 500 euro in mijn zak. Dus ik ging naar huis en ik dacht: 'Waar ben ik in godsnaam mee bezig? Ik heb gewoon mijn jawoord gegeven maar ik heb geen geld.' Maar later heb ik toch gewoon alles kunnen regelen via familie en vrienden en dat soort dingen.' (U2)

Datgene wat ondernemers tijdens de opstartfase van hun onderneming missen aan kapitaal, zowel financieel als sociaal, wordt opgevangen door gebruik te maken van hun nabije netwerk van familie en vrienden. Dit netwerk wordt ingeschakeld om te zorgen voor startkapitaal en voor advies en geeft zo een belangrijke insteek in het leerproces van leren door te doen.

'echt (leren red.) uit het netwerk, en dat weet je als je als ondernemer start en je bent 2 jaar verder, heb je zoveel geleerd. Dus, je leert ook gaandeweg.' (U7)

Doordat ondernemers er zo ad hoc instappen en er dan pas achter komen wat het ondernemersschap inhoudt hebben ze weinig tijd en een druk bestaan. Dit tijdsgebrek komt ook terug bij ontwikkelingsbehoeften in de manier waarop ondernemers zich zouden willen en kunnen ontwikkelen.

Ontwikkelingsbehoeften

Allochtone ondernemers blijken het lastig te vinden om klanten te bereiken. Bij de start van de onderneming hebben ze vaak hogere verwachtingen van het aantal klanten dat ze zouden trekken.

'Ik had verwacht dat ik meer klanten zou krijgen, maar het is minder' (U4)

Klanten trekken is een belangrijk aspect van ondernemerschap en blijft belangrijk voor ondernemers.

'Ik moet steeds blijven vernieuwen en de klanten ook pakken' (U6)

Dit klanten trekken gaat niet alleen over hun eigen doelgroep waarop ze in eerste instantie gericht zijn. Het gaat ook over het bereiken van autochtone Nederlanders. Het maakt voor ondernemers niet uit aan wie ze verkopen, als ze maar verkopen. Taal wordt in dit verband ook genoemd als een barrière om autochtone Nederlanders te bereiken. Dit geldt niet alleen voor degenen die echt gebrekkig Nederlands spreken, maar ook voor ondernemers die al een redelijk niveau hebben.

'Het (taal red.) kan altijd beter' (U8)

Een 'Hollandse mond' zou een verbetering voor de bedrijfsvoering kunnen zijn.

'Ik heb wel iemand nodig die voor mij als een soort van vertegenwoordiger kan functioneren. Dat heb ik wel nodig. Iemand echt met een Hollandse mond, zeg maar. Want als allochtoon zijnde kom je er niet zo makkelijk tussen.' (U2)

Wat ondernemers ook zouden willen leren is samen te vatten onder de noemer efficiëntie. Ondernemers willen die dingen leren die zouden kunnen leiden tot een betere bedrijfsvoering. Voorbeelden hierbij zijn het zelf leren van het vak zodat men geen of minder mensen in loondienst nodig heeft. Of zaken die de bedrijfsvoering professioneler maken.

'Ik wil graag een opleiding volgen tot slager, maar ik heb er nu geen tijd voor.'(U6)

'Altijd nog wel nieuwe dingetjes te leren zoals omgaan met de computer' (U3)

Wat niet genoemd is door individuele ondernemers, maar wat wel naar voren komt uit de observatie is dat de meeste winkels in alles heel erg op zich zelf gericht zijn. Waardoor er energie verloren gaat. Een ondernemer die wel dat brede plaatje in beeld heeft zegt hierover:

'Vooral met andere winkels samen een vuist te vormen, dus met producten niet alleen kopen, maar samen met andere ondernemers proberen samen lijsten te maken, ik heb dit nodig en jij hebt dat nodig. Als we met zijn tweetjes of drietjes samen melk zouden kunnen inkopen, zouden we 20, 30 cent per pak kunnen sparen.' (U5)

Wanneer ondernemers ook echt een ondernemende persoonlijkheid hebben dan zijn hun wensen gericht op uitbreiding. Ze willen graag hun onderneming laten groeien of breder laten worden. Dit kan door meer variatie in producten of de winkel anders in te richten, maar ook door bijvoorbeeld een catering naast het bestaande bedrijf op te zetten.

'Ik wil een nieuwe zaak openen en voor de rest de zaak gewoon goed draaiende houden. Want ik zit nu nog in de beginfase een jaar is niets, het is zo voorbij.' (U6)

'Dit is de eerste stap om. Ik wil graag nog steeds in de toekomst gaan uitbreiden. Nu ben ik gestart met gewoon een groentewinkel, brood. Maar in de toekomst wil ik gewoon als het kan, niet alleen ik, maar met andere kleine ondernemers een grote winkel voor alle moslims waar zij al hun levensmiddelen kunnen kopen.' (U4)

De manier waarop allochtone ondernemers leren is vooral het leren in de praktijk door te doen. De dagelijkse gang van zaken wordt al doende geleerd. Ook wordt er veelvuldig gebruik gemaakt van de kennis van anderen. Dit kan op een open manier door te leren van familie, vrienden en kennissen.

Ik ken veel mensen die er al zoveel jaren in zitten, zoals in Amsterdam heb je iemand die heeft vier, vijf van deze winkels, maar dan een stuk groter natuurlijk. Die zitten er zeker twintig jaar in. (U6)

'Ik ken een paar ondernemers, oude ondernemers, die hebben ook dag gedaan en ik heb dat gevraagd. Ik heb ook een paar mensen ingeschakeld om advies te krijgen. (...) dat zijn kennissen.' (U4)

'Een vriend van mij, die is echt een handelaar. Hij was ook in Marokko handelaar, maar hij kwam in Nederland. Maar hij is echt een succes geworden nu. Hij is echt gewoon heel goed in de handel. En ik heb veel contact met hem. Van hem krijg ik heel veel ideeën.' (U2)

Het kan ook dat men probeert te af te kijken. Hier komt het kopieergedrag wederom naar voren. Een voorbeeld van zelf kopiëren:

'Dat ga je uitzoeken. Kijken en informeren natuurlijk, bij diegene die er meer verstand van heeft. (U6)

Maar ook een voorbeeld van gekopieerd worden:

'Ik ken ook mensen, noem ik een voorbeeld die bij mij in de zaak langs kwam, twee keer, drie keer. Was mij opgevallen dat hij langs was gekomen niet om iets te kopen, maar je ziet gewoon dat hij langskomt om te kopiëren' (U5)

Allochtone ondernemers maken vooral gebruik van informele leermethoden. 'Learning by doing' en kennis en vaardigheden verkrijgen door gebruik te maken van hun nabije netwerk. Formeel of non-formeel leren op een gestructureerde manier wat al dan niet leidt tot officiële diploma's en certificaten komt veel minder voor. Een oorzaak hiervan is dat de tijd ontbreekt.

Ondernemers zijn wel bereid tot leren maar het is belangrijk dat ze er ook echt iets aan hebben.

'Als ik er maar gewoon iets van kan leren, dat vind ik heel belangrijk.' (U2)

Dit wordt ook verwoord door een vertegenwoordiger van een netwerkorganisatie:

'Ze moeten uiteindelijk kunnen denken wat haal ik hieruit. Dan nodig je ze uit bij de belasting en ja, moet ik dat nou, weet je wel. "What's in it for me". Dat is heel belangrijk om dat te kunnen vertalen naar die groep toe.' (U7)

De manier waarop onderwijs via traditionele onderwijsinstellingen is vormgegeven zou anders georganiseerd moeten worden, wanneer men er voor wil zorgen dat allochtone ondernemers hiervan gebruik gaan maken. Instellingen en organisaties zouden allochtonen op een andere manier moeten benaderen.

'Om ze (allochtone ondernemers, red.) een spiegel voor te houden. Om zo het hele procedurele verhaal ook te vertalen, waar ze dan terecht kunnen voor vragen. En dat merk ik ook hier met ondernemers, dat die infrastructuur is niet bekend. Die moet je dus bekender gaan maken. En er zijn natuurlijk tal van foldertjes en programma's maar die bereiken de allochtonen niet. Maar als jij met zo'n programma langs de Kanaalstraat gaat, bijvoorbeeld in Utrecht. En je komt binnen en je hebt een gesprekje met allochtone ondernemers dan ben je iets meer verder dan een foldertje sturen.' (U7)

Ook zijn er andere dingen belangrijk voor ondernemers:

- *'waar wil je naar toe gaan met je ideeën'*
- *'meer de ondernemer bewust maken van waar hij meer bezig is'*
- *'dat als je een nieuwe stap maakt dat zijn vruchten pas zal afleveren over een jaar.'* (U5)

Begeleiding van allochtonen in een één op één relatie wordt dan genoemd als optie.

'Je kunt wel miljoenen pompen in heen heel mooi gebouw, waarin een eigen winkeltje zit en waar je kunt oefenen, maar ik denk dat geen optie is. Ik denk één op één.' (U5)

Netwerk van de ondernemer

Uit het voorgaande blijkt al dat het nabije netwerk van de ondernemer erg belangrijk voor hen is. Er wordt veelvuldig gebruik gemaakt van familie, vrienden en kennissen voor advies en ondersteuning. Maar ook om klanten te trekken.

'Iedereen gaat wel een dag naar de moskee, of vrijdag of zondag of in het weekend, daar moet jij gewoon laten zien dat jij een winkel hebt.' (U4)

Een belangrijk persoon voor de ondernemer is ook zijn boekhouder. Deze persoon ligt vaak buiten het nabije netwerk van de ondernemer en is daardoor erg geschikt om zwakke punten op te vullen. Als de ondernemer niet zelf over de benodigde kennis en vaardigheden beschikt om op de juiste manier zijn boekhouding bij te houden dan moet dit uitbesteed worden. De boekhouder is een extern persoon met een belangrijke vertrouwensfunctie voor de ondernemer. Het contact met de boekhouder komt wel weer vaak via vrienden en kennissen tot stand.

'Hij regelt het met de belasting en dat is wel belangrijk. Want alles moet wel correct gedaan worden.' (U6)

'Ik heb een boekhouder, ik heb een accountant en één keer per kwartaal bezoek ik een financieel adviseur en die kan dan alles uitstippelen.' (U5)

Allochtone ondernemers zijn ook wel betrokken bij verenigingen, maar deze verenigingen zijn niet altijd gericht op het beter functioneren van de eigen bedrijfsvoering. Vaak gaat het om verenigingen zoals bijvoorbeeld winkeliersvereniging Lombok of Amsterdamsestraatweg. Deze verenigingen komen op voor de belangen van een straat of buurt en organiseren ook activiteiten om de attractiviteit voor klanten te verbeteren. Lidmaatschap van verenigingen voor het verbeteren van de eigen bedrijfsvoering ontbreekt.

De allochtone ondernemer en onderwijsinstellingen

Agrarische opleidingscentra zijn niet bekend bij allochtone ondernemers. Een aantal reacties die dit heel treffend weergeven:

- *'eh nee'* (U2)
- *'Ik ken hen helemaal niet, ik weet niet wat zij doen.'*(U6)
- *'Nee, ik weet niet wat dat inhoud allemaal. Wat doen ze daar?'* (U4)

Allochtone ondernemers zijn wel bekend met stagiaires. Zij hebben er ook goede ervaringen mee. Het levert voor beide partijen wat op.

'Stagiaires zijn de toekomst van de branche, als jij hun geen plek biedt, dan houdt het op. Over tien jaar houdt het op dan. Ik ben ook jong begonnen als stagiair.'(U4)

Deze stagiaires zijn niet uitsluitend van allochtone afkomst. De stagiaires waar de ondernemers ervaringen mee hadden volgden een opleiding detailhandel aan een ROC.

Bijlage 7: Workshop

Samenvatting workshop maandag 19 november

Workshop: Allochtone ondernemers & AOC

Datum: 19 november 2007; 13:13 – 16:45 uur

Plaats: Wageningen, de Leeuwenborch

Deelnemers: Johan van Geffen (j.m.h.m.van.geffen@minlnv.nl)
Gertrude van der Brink (gjevander.brink@wellant.nl)
Arie Kok (a.kok@wellant.nl)
Marjon Vos (mvos@aoc-oost.nl)
Esther Wouters (ewouters@aequor.nl)

Organisatie: Projectgroep (projectteam.wu@gmail.com)
Rolf Heling (rolf.heling@wur.nl)
Gerrit van Vliet (gerrit.vanvliet@wur.nl)
Stefan de Pooter (stefan.depooter@wur.nl)
Jorien Zeilmaker (jorien.zeilmaker@wur.nl)
Jeltje Alexa Roetink (jeltje.roetink@wur.nl)

1. Ontvangst

Ontvangst met koffie/thee met een koek

2. Introductie

Voorstellen van het Academic Matercluster (AMC) projectgroep:

- Rolf Heling, Bedrijfswetenschappen
- Gerrit van Vliet, Internationale ontwikkelingsstudies
- Jorien Zeilmaker, Internationale ontwikkelingsstudies
- Jeltje Alexa Roetink, Internationale ontwikkelingsstudies
- Stefan de Pooter, Internationale ontwikkelingsstudies

Dit onderzoek wordt gedaan in het kader van het Academic Master Cluster (AMC) van Wageningen Universiteit. Het AMC is ter voorbereiding op het schrijven van de MSC-thesis. Naast de voorbereiding op de thesis heeft het vak tot doel dat men leert samenwerken in een multidisciplinair team en de samenwerking leert aan te gaan met verschillende opdrachtgevers. De opdracht behelst in totaal 16 weken, waarbij er iedere middag aan de opdracht gewerkt dient te worden.

De opdrachtgevers voor dit project zijn;

- Ministerie van Landbouw Natuur en Voedselkwaliteit
- Community culturele diversiteit in groen onderwijs

De opdracht is mede opgesteld door de vakgroep Educatie en Competentiestudies van Wageningen Universiteit.

Opdracht:

De opdracht behelst het in kaart brengen van hetgeen allochtonen drijft om een eigen zaak in verswaren te beginnen en deze vervolgens te runnen. Daarbij is er ook in kaart gebracht wat de opleidingsachtergronden, de opleidings- en ontwikkelingsbehoeften van de allochtone ondernemers in verswaren zijn en of de ondernemer bekend is met het AOC.

Deze opdracht is uitgevoerd door semigestructureerde interviews te houden in:

- Almelo, met 6 Turkse ondernemers en 1 (oud)belangenorganisatievertegenwoordiger,
- Utrecht, 6 Marokkaanse ondernemers en 2 Marokkanen die zich bezig houden met het ondersteunen van het Marokkaanse ondernemerschap.

Deze interviews zijn opgenomen doormiddel van een voice recorder en vervolgens letterlijk uitgewerkt. Van de ondernemers die daar goedkeuring voor gaven zijn er foto's van de ondernemer met zijn/haar onderneming genomen. Naast deze interviews is er literatuurstudie gedaan.

Aan het eind van de introductie is de volgende vraag gesteld aan de deelnemers van de workshop: "Welke associaties heeft een allochtone groene ondernemer bij het woord groen onderwijs/AOC?" De volgende zaken werden genoemd.

- De allochtone ondernemer vraagt zich af wat groen onderwijs is.
- De allochtone ondernemer vraagt zich af wat een AOC is.
- De allochtone ondernemer denkt dat door het volgen van een opleiding aan het AOC hij/zij alleen maar boer kan worden.
- De allochtone ondernemer vraagt zich af of je een diploma nodig hebt voor hetgeen dat je kunt worden met een AOC opleiding.
- Het is voor de allochtone ondernemer niet duidelijk wat met 'groen' bedoeld wordt.
- De allochtone ondernemer associeert groen onderwijs met vies werk.

Aan het eind van de workshop zullen de bovengenoemde associaties van allochtone ondernemers worden geconfronteerd met de bevindingen die in het onderzoek naar voren kwamen.

3. Keukentafelgesprek/rollenspel

Het keukentafel gesprek betreft een gesprek waarin een groep allochtone ondernemers (AMC projectgroep), op uitnodiging van de AOC beleidsmakers, op bezoek komt bij het AOC om gezamenlijk na te denken over een samenwerking tussen beide partijen.

Hieronder staan de zaken kort opgesomd die naar voren kwamen betreffende de belemmeringen die een allochtone ondernemer (in de verkoop van verswaren) ervaart voor het volgen van onderwijs bij het AOC:

- De ondernemer wil wel een cursus volgen maar heeft het erg druk.
- De ondernemer geeft aan geen diploma's nodig te hebben voor het ondernemerschap in verswaren.
- De ondernemer ervaart een vertrouwensprobleem.
- De ondernemer is vooral gericht op "learning by doing".
- De ondernemer wil graag snel resultaat zien.
- De ondernemer houdt er niet van om aan anderen te laten zien dat het nodig is om een opleiding te volgen.
- De ondernemer is onbekend met het AOC.

Andere zaken die aan de orde kwamen:

- Voor informatie en geld benadert de ondernemer familie en vrienden.
- De ondernemer wil vooral graag veel klanten en veel verkopen.
- De ondernemer heeft een stagiaire of zou wel een stagiaire willen.
- Het proces om de onderneming op te starten gaat heel snel, er wordt veelal geen ondernemingsplan opgesteld.

Eventuele vorm van samenwerking die werd geëxploreerd:

- Ondernemers uitnodigen om te komen kijken op het AOC. (Het in gesprek gaan met de ondernemer)
- Stageplaatsen bij een allochtone ondernemer proberen te verkrijgen.
- Bijbaantjes van AOC studenten bij een allochtone ondernemer stimuleren/organiseren.
- Ondernemer uitnodigen als gastdocent.
- Catering laten regelen door een allochtone ondernemer.

Deze bovengenoemde punten komen niet bij alle allochtone ondernemers naar voren maar zijn zaken die o.a. genoemd zijn in de interviews met de verschillende ondernemers en vertegenwoordigers van belangenorganisaties (of mensen die bekend zijn met de Turkse en Marokkaanse ondernemers). Deze uitspraken zijn dus niet te generaliseren.

4. Koffie/thee met baklava

Tijdens het koffie/thee moment met Turkse baklava is er verder nagedacht over eventuele mogelijkheden die er zijn voor het AOC.

5. Plan van aanpak spel

De aanwezigen zijn opgedeeld in twee groepen, AOC-oost en het Wellantcollege. Beide groepen hebben de opdracht gekregen om een plan van aanpak te schrijven en dit vervolgens aan alle aanwezigen te presenteren. Dit plan betreft een beschrijving, op welke wijze het AOC een samenwerkingsvorm kan aangaan met de allochtone ondernemer. Het plan van aanpak bestaat uit een korte omschrijving van de visie, missie, doel en strategie. Deze plannen van aanpak zijn aan het eind van de workshop geconfronteerd met de onderzoeksresultaten. Voor de leesbaarheid en begrijpelijkheid van dit rapport is er voor gekozen om deze confrontatie plaats te geven direct na de beschrijving van ieder plan van aanpak.

5.1 Wellantcollege:

Missie:

Wij (docenten en leerlingen) willen in gesprek geraken met allochtone ondernemers.

Doel:

Aansluiting vinden bij de allochtone bevolking.

Strategie:

Een van de deelkwalificaties binnen het Wellantcollege is Managen. Binnen deze deelkwalificatie kunnen de leerlingen de mogelijkheid krijgen om samen met een ondernemer te kijken hoe zijn/haar bedrijf functioneert op o.a. financieel gebied, in de keten en hoe er meer klanten binnen gehaald zouden kunnen worden.

Hoe: Docenten zoeken contact met ondernemers. Dit kan direct of via een belangen- of ondernemersvereniging (eventueel via de Moskee). Een deskundige zou ingehuurd moeten worden om te assisteren bij het schrijven van een plan van aanpak van deze ideeën. (bijvoorbeeld iemand van Forum).

Mogelijke samenwerkingsvormen:

- Stages
- Studieclubs
- Bedrijfsuitwisseling
- Verkooptechnieken (hoe krijg ik meer kopende Nederlanders in mijn winkel?)
- Docenten gaan langs bij ondernemers
- Allochtone ondernemers inhuren als gastdocent

5.1.1 Confrontatie

Hieronder staan een aantal voor- en nadelen van de plannen van aanpak opgesomd. Dit commentaar is gebaseerd op de interviews die het AMC projectgroep heeft gehouden met de allochtone ondernemers en belangenorganisaties. De verzamelde data is niet generaliseerbaar maar dient vooral als indicatie.

Voordelen:

- De samenwerkingsvormen als stage, bedrijfsuitwisseling en de allochtone ondernemer inhuren als gastdocent zijn mogelijkheden voor samenwerking. Dit kan een basis opleveren waarop eventueel verdere samenwerking op kan plaats vinden.
- Docenten die contact zoeken met allochtone ondernemers geeft het AOC kans om zichzelf te presenteren en onderdeel te worden van het netwerk. Dit kan later weer meer openingen bieden.

Nadelen:

- Afwachten of de ondernemers hier tijd voor hebben en dit willen.

- Het plan van de deelkwalificatie zal alleen slagen als voor de ondernemer het resultaat zichtbaar is, het resultaat dichtbij ligt, de samenwerking maatwerk is en de ondernemer de student en studentbegeleider vertrouwt.
- Het plan van deelkwalificaties zal kunnen slagen als er een band is tussen het AOC en de allochtone ondernemer. Het AOC zal een onderdeel van het netwerk van de allochtone ondernemer moeten vormen.

5.2 AOC Oost:

Visie:

AOC Oost wil met haar onderwijs bijdragen aan een samenleving waar iedereen zich thuis voelt.

Missie:

Een kleurrijke school die midden in de samenleving staat.

Doel:

Meer allochtone leerlingen, meer allochtone ondernemers en allochtone ondernemers betrekken bij het AOC.

Strategie:

Stageplaatsen bij een allochtone ondernemer of gastcolleges door allochtone ondernemers laten verzorgen. Dit mogelijkwerwijs in de vorm van een "leerarrangement" waarbij de allochtone ondernemer de kans heeft om zelf een (allochtone) leerling te zoeken voor dit arrangement. Deze leerling zal in dit arrangement voor een opleiding naar het AOC gaan. De ondernemer kan dan zelf ook een opleiding volgen om een leerling goed te begeleiden en daar zelf van te leren. Zo kan het "leren" meer verpakt worden en zal de ondernemer niet onder doen voor andere allochtone ondernemers. Ook zouden leerlingen in groepjes projecten uit kunnen voeren bij de ondernemer in zijn/haar zaak waar de ondernemer direct voordeel van heeft. Dit door bijvoorbeeld te kijken hoe er meer Nederlandse klanten getrokken kunnen worden.

Het resultaat van deze aanpak is volgens het AOC Oost dat de ondernemer een paar extra handen krijgt, bijleert over het ondernemerschap en hierdoor een hogere opbrengst kan verwezenlijken met minder hard werken en daarbij meer tijd heeft voor het gezin. Ook zou de allochtone ondernemer gastdocent kunnen worden voor het AOC.

5.2.1 Confrontatie

Hieronder staan een aantal voor- en nadelen van de plannen van aanpak opgesomd. Dit commentaar is gebaseerd op de interviews die het AMC projectgroep heeft gehouden met de allochtone ondernemers en de belangenorganisaties. De verzamelde data is niet generaliseerbaar maar dient vooral als indicatie.

Voordelen:

- Ondernemer heeft echt wat aan de samenwerking in de vorm van advies of een stagiair.
- Een ondernemer zou een erkend leerbedrijf kunnen worden. Hierdoor krijgt de ondernemer mogelijk een hogere status onder de andere ondernemers.
- De allochtone ondernemer kan als assessor/beoordelaar kunnen fungeren, wat de mogelijkheid biedt tot verdere integratie.

Nadelen:

- Initiatief moet vanuit het AOC komen, het initiatief komt niet vanuit de ondernemer.
- De ondernemer moet zelf een leerling zoeken. Hierbij zal de ondernemer intensief bij moeten worden ondersteund.
- De voordelen van het deelnemen aan dit leerarrangement moeten duidelijk zijn en (snel) realiseerbaar zijn.

6. Presentatie onderzoeksresultaten

Tijdens dit presentatiemoment zijn de onderzoeksresultaten gepresenteerd. Hieronder staat een korte samenvatting van deze resultaten. Het volledige eindrapport zal digitaal gedistribueerd worden.

6.1 Utrecht

- Bij het beheer van de onderneming komt meer kijken dan van te voren gedacht. Persoonlijkheid speelt een belangrijke rol in hoe men hier mee omgaat.
- Ondernemers leren vooral door te doen. Ze willen wel leren via andere manieren maar het ontbreekt hen aan tijd.
- Ondernemers maken vooral gebruik van hun nabije netwerk.
- Ondernemers hebben moeite om contact te maken met een breder netwerk, buiten de bestaande familie en kennissenkring om. Omgekeerd geldt dit ook, instanties slagen er vaak niet in om de allochtone ondernemer te bereiken en/of te betrekken bij hun activiteiten.

6.2 Almelo

- Het ondernemerschap in verswaren is geboren uit kopieergedrag.
- Ondernemers in verswaren komen veelal terug van de idealen die zij vooraf hadden bij het ondernemerschap. Het blijkt vaak meer werk te zijn en niet altijd veel te verdienen.
- Ondernemers leren door te doen.
- Zij zien elkaar als concurrenten, daarbij willen ze niet voor elkaar onderdoen, weinig onderling vertrouwen.

7. Associaties, algemene opmerkingen en conclusie

7.1 Associaties

In het begin van de workshop is gevraagd welke associaties een allochtone ondernemer heeft bij het AOC/groen onderwijs. Veel allochtone ondernemers blijken niet bekend te zijn met het AOC. Volgens de oprichter van de Almelose belangenorganisatie voor Turkse ondernemers (reeds niet meer actief), wordt agrarisch onderwijs veelal geassocieerd met hard werken op het land zoals de Opa en Oma's van de ondernemers dat moesten doen in Turkije. De ondernemers zijn ook niet bekend met wat het AOC te bieden heeft aan verscheidenheid aan opleidingen.

7.2 Algemene opmerkingen

Tijdens de workshop wordt door één van de deelnemers geopperd dat de allochtonen waarschijnlijk te veel gericht zijn op het werk an sich. De vergelijking werd gelegd met een teler van planten. In het verleden richtte de teler zich puur op de verkoop van planten. Meer planten is meer winst, minder planten is minder winst. Winst wordt gemaakt door hard te werken, door daadwerkelijk met "het product" bezig te zijn. Dit lijkt ook op te gaan voor de allochtone ondernemers.

De moderne teler laat tegenwoordig het inpakken van planten door personeel doen. Hij heeft zijn plek gevonden in het kantoor en kijkt bijvoorbeeld ook naar het energieverbruik van zijn kas: 1% besparing op de energiekosten kan een grotere verhoging van de winst betekenen in plaats van vele extra planten te verkopen. Mogelijkerwijs telt dit ook voor de allochtone ondernemer. De allochtone ondernemer zou zich bijvoorbeeld meer op een bepaalde doelgroep kunnen richten en daarbij hun marketingbeleid kunnen focussen. Er is door de AMC projectgroep geen onderzoek gedaan naar dit verschijnsel, hierdoor kan de AMC projectgroep hier geen onderbouwde uitspraak over geven. Wel geeft dit voorbeeld een indicatie van een vernieuwende aanpak van een bestaand concept, wat bij allochtone ondernemers weinig zichtbaar is (zij runnen hun onderneming voornamelijk op kopieergedrag).

7.3 Conclusie

Hieronder kort overzichtelijk met welke conclusies de workshopmiddag werd afgesloten.

Als de AOC's de allochtone ondernemers (Turken en Marokkanen) meer bij de onderwijsprogramma's willen betrekken, zullen de randen van het groen onderwijs opgezocht moeten worden. Klassikaal onderwijs is voor de ondernemers geen optie, de ondernemers zijn hiervoor veel te druk. Daarnaast kunnen sommige ondernemers dit als gezichtsverlies ervaren. Ondernemers staan echter wel open

voor een persoonlijke, op maat gesneden aanpak en voor het aanbieden van een stageplaats. Het initiatief zal vooral vanuit het AOC moeten komen, de meeste ondernemers komen immers niet uit zichzelf naar een opleidingscentrum toe.

Het scheppen van een persoonlijke band met de ondernemer is belangrijk. Om deze relatie tot stand te brengen zal er aan een basis van vertrouwen gewerkt moeten worden. Contact met allochtone ondernemers kan een opening vormen naar een toekomstige intensievere samenwerking. Het onderwijs is een aspect voor later. Om bekend te raken met de allochtone ondernemer en in te spelen op de behoeften van allochtone ondernemer dienen deskundige docenten aangesteld te worden. Te denken valt aan allochtone docenten of docenten op gebied van marketing of verkooptechnieken. Deze docentengroep ontbreekt in het huidige docentenbestand van het AOC. Op deze wijze kunnen de AOC's mogelijkwijs in de toekomst een rol gaan spelen in de keten van de allochtone ondernemer.