



# # She DID IT

Onderzoek  
naar hoe meisjes  
divers ondernemerschap  
zien in Vlaanderen

2019  
Karijn Bonne

# #She DID IT



# Inhoud

|   |    |
|---|----|
| Management summary.....                           | 4  |
| Voorwoord.....                                    | 7  |
| 1. Inleiding .....                                | 8  |
| 2. Methodologie .....                             | 10 |
| 3. Resultaten .....                               | 13 |
| 3.1 Definitie van een ondernemer.....             | 15 |
| 3.2 Drempels en drivers voor ondernemerschap..... | 15 |
| 3.3 Rolmodellen.....                              | 19 |
| 4. Conclusies.....                                | 21 |
| 5. Bibliografie.....                              | 24 |
| Bijlage 1 Kwantitatieve vragenlijst.....          | 25 |
| Bijlage 2 Interviewgids.....                      | 25 |

Divers ondernemerschap is deel geworden van het hedendaagse eco-systeem en vervult een belangrijke economische en sociale rol voor etnische gemeenschappen.

Vrouwen met een niet-EU achtergrond kunnen als alternatief voor discriminatie op de arbeidsmarkt hun eigen job creëren. Ze starten een onderneming uit noodzaak om een eigen inkomen te genereren en/ of om hun droom na te streven en zo hogerop te komen in de maatschappij.

Daarom werd #SheDIDIT, een door AMIF gesubsidieerd project, opgestart om jonge meisjes met diverse herkomst te stimuleren ondernemerschap in brede zin als toekomstperspectief te zien.

Eerst werd een kwalitatieve studie gevoerd naar drempels en drivers voor vrouwelijk divers ondernemerschap. Zes focus groepen (N = 61) vonden plaats in oktober en november 2018. We bereikten 14 nieuwkomers, 23 respondenten met een migratieachtergrond en 24 autochtone respondenten. De resultaten geven exploratieve inzichten in hoe jonge meisjes kijken naar divers vrouwelijk ondernemerschap in Vlaanderen, hiervoor gebruiken we het kruispuntdenken met focus op gender en etniciteit.

Met betrekking tot gender werden enkel hindernissen gepercipieerd, geen voordelen werden toegeschreven aan vrouwelijk ondernemerschap. Bijna alle respondenten vonden moederschap en ondernemerschap een moeilijke combinatie en zouden niet meteen voor een eigen bedrijf gaan indien ze kinderen hebben.

Voor meisjes afkomstig uit Sub-Sahara Afrika zijn kinderen net een aanwinst en bijna een voorwaarde om te kunnen ondernemen omdat zij de huishoudelijke klusjes overnemen.

Voor nieuwkomers en meisjes met een migratieachtergrond kan een gebrek aan zelfvertrouwen en de angst om niet serieus genomen te worden als vrouw hen tegenhouden te ondernemen.

Indien we naar etniciteit kijken, dan zien we dat een gebrek aan steun van familie, angst voor discriminatie en culturele drempels enkel vermeld werden door meisjes met een migratieachtergrond. Voor nieuwkomers zijn taal, een gebrek aan netwerk en financieel verantwoordelijk zijn voor de familie redenen om niet te ondernemen.

Verrassend genoeg uitten meisjes met een migratie-achtergrond meer positieve redenen om voor een zaak te gaan dan hindernissen om het niet te doen.

Socio-economische vooruitgang, financiële onafhankelijkheid, sociale erkenning (door ouders, familie en maatschappij), marktopportunities, zelfvertrouwen opkrikken, discriminatie op de arbeidsmarkt aanvechten en tegelijkertijd job opportuniteiten voor anderen creëren, een rolmodel zijn en, tenslotte, iets terug doen voor de maatschappij drijft deze jonge meisjes met andere roots om te ondernemen.

Dit zijn hoofdzakelijk niet-economische drivers om te ondernemen.



Tot slot merken we dat ondernemende ouders, voornamelijk vaders, mogelijke culturele moeilijkheden voor hun dochters kunnen helpen overwinnen.

Vooraf autochtone meisjes gaven ondernemende rolmodellen uit de eigen familie: een vader, een broer of grootvader.

Het kruispunt denken helpt ons te begrijpen waarom het belangrijk is om verschillende waarden mee te nemen in het aanbod van startup diensten die zich op vrouwelijke ondernemers richten, zeker in een superdivers land als België.

In het #SheDIDIT project, worden de inzichten uit het onderzoek meegenomen in de topics van de coaching- en netwerkevents alsook voor de tips & tricks die via de rolmodellen in het spel voor middelbare scholenleerlingen worden aangereikt.

De talentpool met ondernemende diverse meisjes kan peercoaching stimuleren en adviserend en motiverend werken net voor die meisjes die in hun familie ondernemende rolmodellen moeten missen.

Afsluitend, het onderzoek bevestigt het belang en de noodzaak aan rolmodellen voor deze meisjes: voorbeelden van ondernemende vrouwen met een diverse achtergrond die jonge meisjes het gevoel geven dat ook zij ambitieus mogen zijn en ondernemende dromen hebben.

**She did it, so can I**





“

HET ONDERNEMEN LEERDE MIJ DAT IK EEN  
PERSOON BEN DIE GRAAG VEEL DOET. IK WIL  
VOELEN **DAT IK LEEF** EN NIET GELEEFD HEB.

”

— Claudia Pahola Herrera Montoya  
STERKE VERHALEN #BLOG

---

STERKE VERHALEN #BLOG

## SERAP TURSUCU

---



“HOE MEER IK ZIE DAT  
WIJ (ONDERNEMERS MET  
DIVERSE ROOTS) EEN PLAATS  
VERWERVEN IN DE MAATSCHAPPIJ,  
HOE MEER IK MIJN BEST DOE OM  
BETER TE WORDEN.”

---

STERKE VERHALEN #BLOG

## ANNE-SOPHIE

---



“

GEBREK AAN REPRESENTATIE IS EEN **PROBLEEM**.  
IK ZAG NOOIT **ROLMODELLEN** DIE OP MIJ LEKEN.  
TOEN IK KLEIN WAS WOU IK ALTIJD WIT ZIJN MET  
BLONDE HAREN. DAT VOND IK VREEMD. TOEN  
BESEFTE IK DAT IK **UNDER-REPRESENTED** WAS.

”

## Voorwoord

Dit onderzoek is deel van het #SheDIDIT project gesubsidieerd door AMIF en uitgevoerd door Markant vzw, Muslinked en de Arteveldehogeschool.

We bedanken graag alle meisjes die hun mening deelden via de gesprekken om ons op die manier inzichten te geven die het #SheDIDIT project een verdere boost kunnen geven.

In de literatuur wordt het begrip ondernemerschap op verschillende manieren gedefinieerd. Wij kiezen voor de Europese definitie van het EntreComp kader dat ondernemerschap definieert als:

***“Entrepreneurship is when you act upon opportunities and ideas and transform them into value for others. The value that is created can be financial, cultural, or social.”***

(Bacigalupo, Kamylyis, Punie, & Van den Brande, 2016).

Deze definitie omarmt verschillende types van ondernemerschap, intrapreneurship en sociaal ondernemerschap ingerekend. Ondernemerschap is een waardevolle economische en zelfs sociale katalysator in de maatschappij, zeker voor bepaalde doelgroepen (Volery, 2004 p 39).

In een discriminerende arbeidsmarkt kan zelfstandig ondernemen als alternatief dienen voor werkzoekenden met een niet-EU origine of nationaliteit. Niet enkel de eerste generatie migranten maar ook de tweede generatie met niet-EU herkomst heeft in België een lagere tewerkstellingsgraad in vergelijking met de buurlanden. Meer specifiek zien we binnen de tweede generatie met niet-EU herkomst dat de vrouwelijke tewerkstelling laag blijft. Het hebben van kinderen blijken een sterkere negatieve invloed op tewerkstelling te hebben op vrouwen van niet-EU herkomst dan bij Belgische of vrouwen met EU origine (Corluy, Haemels, Marx, & Verbist, 2015). Daarbovenop is het voor vrouwen met een hoofddoek nog moeilijker om de arbeidsmarkt te integreren (Weichselbaumer, 2016).

Desondanks blijven in België vrouwelijke ondernemers ondervertegenwoordigd. In Brussel bijvoorbeeld zijn enkel 28% van alle ondernemers vrouwen van wie 29% een niet-Belgische herkomst hebben. Vrouwelijke ondernemers met Poolse, Marokkaanse, Portugese, Turkse of Roemeense nationaliteit zijn zelfs minder vertegenwoordigd dan diegenen met Duitse, Spaanse, Franse of een Griekse nationaliteit.

In Antwerpen is enkel 20% van de ondernemers met een niet-EU nationaliteit vrouwelijk (Terlien, 2017). Nochtans hebben migranten met niet-EU herkomst als groep geen specifieke eigenschappen die hen minder geschikt zouden maken om hun eigen business op te zetten. Deze eigenschappen zijn enkel relevant op individueel niveau (Onderzoek naar ondernemerschap onder statushouders, 2018).

Daarom stellen we ons de vraag wat vrouwen met migratie-achtergrond eventueel tegenhoudt om te ondernemen? Tlaiss (2014) verwijst naar de institutionele theorie waarin, naast andere factoren, het macro-socio-cultureel kader etnisch vrouwelijk ondernemerschap uitlegt.

Volgens dit kader komen macro-socio-culturele factoren tot uiting via discriminerende gender socialisatie en de framing van gender rollen in de maatschappij die beperkingen voor vrouwen creëren en aldus drempels en uitdagingen tot vrouwelijk ondernemerschap versterken.



De auteur focust op vrouwelijk ondernemerschap in de Arabische wereld waar culturele waarden een sterk onderscheid maken in gender rollen en discriminerende gender stereotypes de rol van vrouwen verminderen.

Daardoor blijft ondernemerschap gepercipieerd als een exclusieve mannelijke job die niet geschikt is voor vrouwen (Tlaiss, 2014).

Een recente Belgische studie (Terlien, 2017) toont volgende drempels voor etnische vrouwelijk ondernemerschap aan:

- **Moeilijke toegang tot (zakelijke) netwerken**
- **Moeilijkheden met financiële resources**
- **Kennis en persoonlijke coaching**
- **Beperkte rolmodellen**
- **Vrouwen die zichzelf niet als ondernemers percipiëren.**

Daarom wil het AMIF gesubsidieerde project #SheDIDIT (2018-2019) jonge meisjes in Vlaanderen met niet-EU nationaliteit empoweren tot ondernemerschap volgens de EntreComp definitie.

Het project hoopt om jonge meisjes te stimuleren tot een ondernemende carrière via een business spel voor middelbare scholen, een rolmodellencampagne en coaching sessies voor potentiële vrouwelijke ondernemers.

Eerst werd een drempelonderzoek bij jonge meisjes gevoerd gebaseerd op het kruispuntdenken. Vrouw zijn, een andere afkomst hebben vb Marokkaans of Turks en tegelijkertijd ondernemer zijn vraagt om flexibel om te gaan met hun verschillende identiteiten (Essers & Benschop, *Enterprising Identities: Female Entrepreneurs of Moroccan or Turkish Origin in the Netherlands*, 2007).

Verder zien we ook dat vooral mannelijke sociale normen aan de basis liggen van een sociale ondernemersidentiteit. Echter, vrouwelijk ondernemers zijn vaak echtgenoten en moeders, rollen die verstrengeld zitten in traditionele vrouwelijke sociale identiteiten (Chasserio, Pailot, & Poroli, 2014). Daarom focussen we ons in dit onderzoek op gender en etniciteit wanneer we de visie op ondernemerschap bij jonge, al dan niet met migratieachtergrond, meisjes onder de loep nemen.

# 2 Methodologie

Een exploratief onderzoek werd gevoerd via focus groepen bij 61 jongeren, 59 meisjes en 2 jongens, tussen 11 en 29 jaar (M=18,17 jaar) uit verschillende scholen in Vlaanderen. De focus groepen vonden plaats in oktober en november 2018 in vier klassen van een middelbare school, twee groepen met studenten van de Arteveldehogeschool en één groep met meisjes van een jeugdhuis (zie tabel 1 voor de demografische gegevens).

In één klas wilden twee jongens deelnemen aan de discussie, in de andere klassen waren er teveel jongens en kozen we ervoor ze uit de groep te weren zodat de meisjes in alle vrijheid konden praten.

De respondenten zijn heterogeen qua nationaliteit, herkomst en hun verblijfsduur in België. We focusten op drie homogene groepen:

## 1 Autochtonen:

- a. 6<sup>de</sup> middelbaar Economie-Moderne talen leerlingen uit Sint-Gabriëlcollege in Boechout
- b. 6<sup>de</sup> middelbaar Economie-Moderne talen leerlingen uit de Makz in Knokke

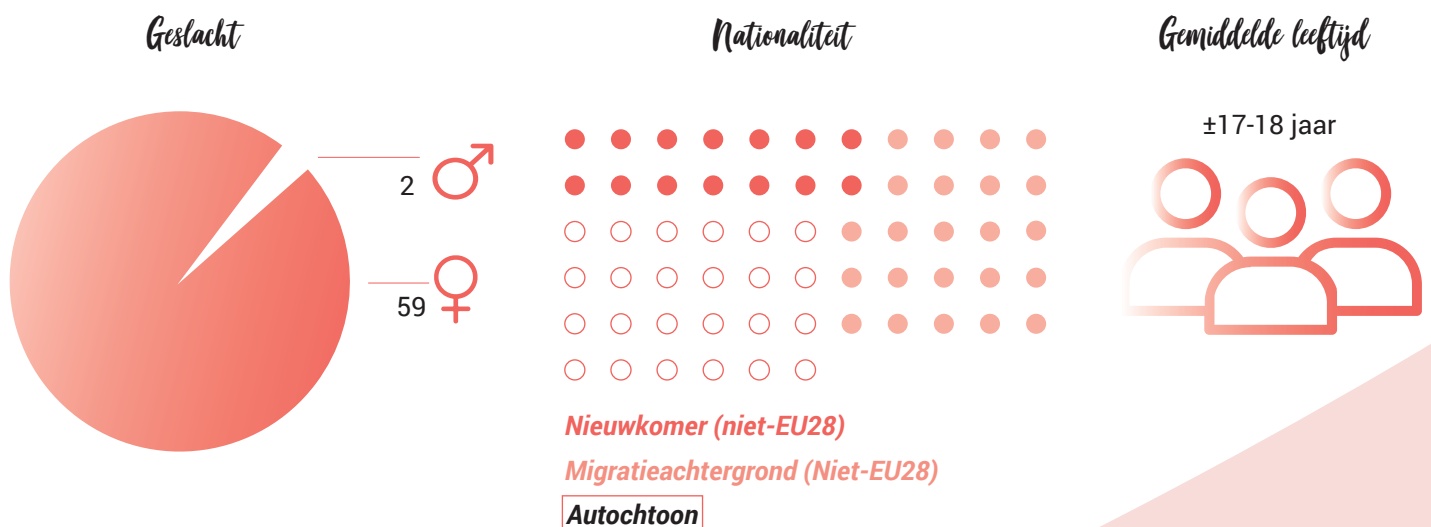
## 2 Nieuwkomers:

- a. OKAN leerlingen uit 3 Hofsteden in Kortrijk
- b. OKAN leerlingen uit Groenkouter in Gent
- c. 1<sup>ste</sup> en 2<sup>de</sup> jaar studenten International Business Management van de Arteveldehogeschool

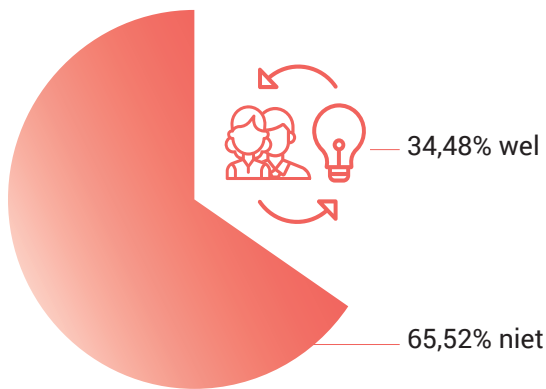
## 3 Meisjes met een niet-EU herkomst (hoofdzakelijk 2de generatie):

- a. 1<sup>ste</sup> jaar studenten Bedrijfsmanagement studenten van de Arteveldehogeschool
- b. Meisjes verbonden aan het jeugdhuis Bazzz in Berchem
- c. 6<sup>de</sup> middelbaar leerlingen uit de Makz in Knokke

### Demografische gegevens



## Eén of beide ouders ondernemer (in België of in het thuisland)



## Landen van herkomst

### EU28



België 23



Nederland 1

### Niet EU28



Marokko 18



Syrië 4



Ghana 3



Turkije 2



Indië 1



Burundi 1



Kameroen 1



Japan 1



Liberia 1



Venezuela 1



Irak 1



Somalië 1



Iran/  
Afghanistan 1



Honduras 1

## Thema's die besproken werden:

- 1 Wat is ondernemerschap (ook sociaal ondernemerschap en intrapreneurship)?  
Wie is een ondernemer?
- 2 Waarom zou iemand ondernemen en waarom niet?
  - a. In het algemeen ("iemand")
  - b. Focus op drempels voor meisjes
  - c. Focus op drempels voor meisjes met andere herkomst
  - d. Focus op jonge meisjes
- 3 Wie is hun ondernemend voorbeeld (rolmodel) en waarom?
- 4 Willen zij zelf ondernemen in de toekomst? Waarom wel en waarom niet (3 redenen)?

Een semigestructureerde interviewgids werd gebruikt bij de discussie (zie bijlage 2). Na de inleiding werd de respondenten eerst gevraagd om een korte kwantitatieve vragenlijst in te vullen (zie bijlage 1) met enerzijds een aantal demografische gegevens zoals nationaliteit en herkomst, leeftijd, en of één van de ouders ondernemer is.

Anderzijds werd de mening over een aantal stellingen gevraagd op een 5-punt Likert schaal van "helemaal niet akkoord" tot "helemaal akkoord". Volgende stellingen werden voorgelegd:

1. Ondernemer zijn is een mooie carrièrekeuze voor een meisje/vrouw
2. Voor meisjes met andere roots is het moeilijker om ondernemer te worden
3. Ik zou vriendinnen aanraden om ondernemer te worden
4. Mensen met andere roots hebben het moeilijker om ondernemer te zijn
5. Jongens hebben het gemakkelijker om hun droom te realiseren dan meisjes

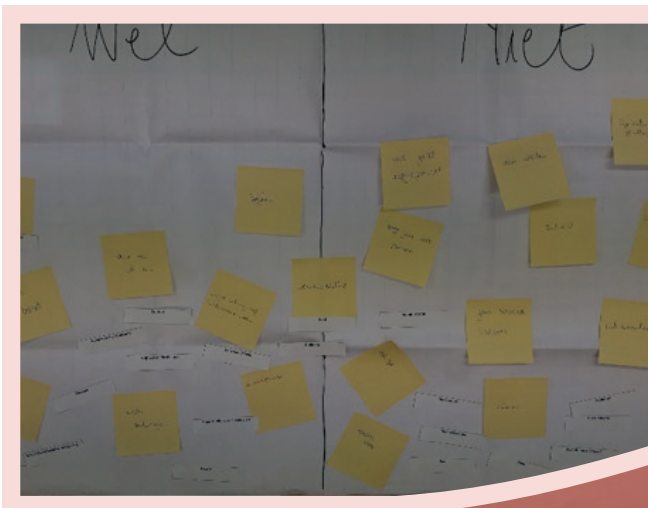
Omdat niet iedereen vertrouwd was met het begrip ondernemerschap en omdat sommige respondenten, de nieuwkomers (N=14), niet perfect Nederlandstalig waren werden bijkomende methoden gebruikt om het gesprek te faciliteren.

Zo werd voor de eerste vraag over hoe zij ondernemerschap zien een reeks foto's van mensen voorgelegd, random foto's verschillend in geslacht, herkomst en beroepen. De respondenten werd gevraagd om de mensen op de foto in te delen in al dan niet ondernemers. Ook foto's van sociale ondernemers en intrapreneurs behoorden tot de selectie.



Eens het voor elke deelnemer duidelijk was wat ondernemerschap inhoudt, werd gepolst naar ondernemerschap in de familie. Indien het antwoord positief was op de vraag naar ondernemers bij respectievelijk ouders, grootouders, broers of zussen mochten de respondenten rechtstaan en werd overlopen over wie het ging en wat die persoon precies deed.

Voor de tweede vraag over het waarom iemand zou ondernemen werd bijkomstig aan de open vraag en reeks kaartjes voorgelegd met op elk kaartje een mogelijke reden om al dan niet te ondernemen. De woorden werden afgeleid van literatuur over ondernemerschap in het algemeen, vrouwelijk ondernemerschap en etnisch (vrouwelijk) ondernemerschap.



Tenslotte werd bij de nieuwkomers gevraagd om over een imaginaire lijn te springen indien ze zichzelf als toekomstige ondernemer zagen.



De focusgroepen werden opgenomen, getranscribeerd en dan thematisch geanalyseerd.

## 3 Resultaten

Dit onderzoek wil inzichten verwerven in de manier waarop intersectionaliteit ondernemerschap voedt. We maakten gebruik van thematische analyse om de verschillende identiteitsniveaus die gepaard gaan met gender, etniciteit en ondernemerschap naar boven te brengen bij jonge meisjes.

Vooreerst bespreken we de resultaten van de korte kwantitatieve vragenlijst die voorgelegd werd aan alle respondenten bij het begin van de groepsdiscussie. Daarna gaan we in op de resultaten uit de focusgroepen.

Uit het kwantitatief onderzoek blijkt dat ongeveer van 1 op 3 respondenten één of beide ouders ondernemer is. Van de 24 autochtone respondenten hadden er 11 één of beide ouder in een zelfstandige activiteit. Meestal ging het om de vader in beroepen zoals advocaat, apotheker, aannemer, detailhandelaar (kledingwinkel, bloemenwinkel), takeldienst, groothandel etc.

Bij de respondenten in Knokke waren er veel kinderen van ondernemers en meerdere waarvan zowel vader als moeder op zelfstandige basis werkten. In het focusgesprek bleek ook dat bij deze groep respondenten het ondernemerschap zeer sterk aanwezig was in de familie zowel bij broers en/ of zussen als grootouders.

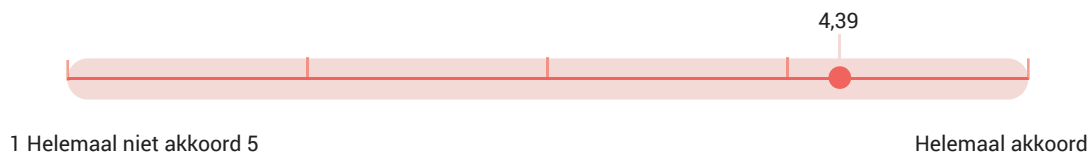
Bij de meisjes met een migratie-achtergrond waren er relatief gezien het minste aantal ondernemende ouders, slechts 5 van de 23. Bij de nieuwkomers, tenslotte, hadden 5 van de 14 respondenten ondernemende ouders meestal de vader en steeds in het thuisland dus voor de komst naar België.



Beroepen die hier genoemd werden waren taxichauffeur, elektricien, detailhandelaar, garagist of vee arts. Vooral de nieuwkomers uit Syrië en Irak hadden zelfstandige vaders.

Hieronder geven we de gemiddelde scores weer van de stellingen weer op een 5-punten Likertschaal van 1 is helemaal niet akkoord tot 5 is helemaal akkoord.

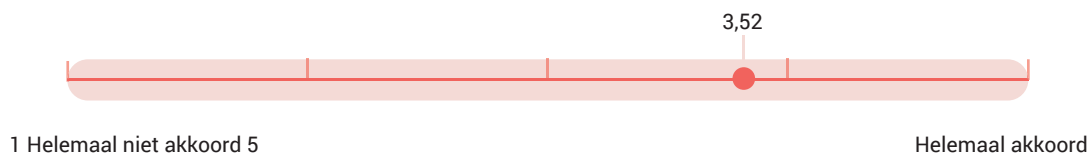
*Ondernemer zijn is een mooie carrièrekeuze voor een meisje/vrouw*



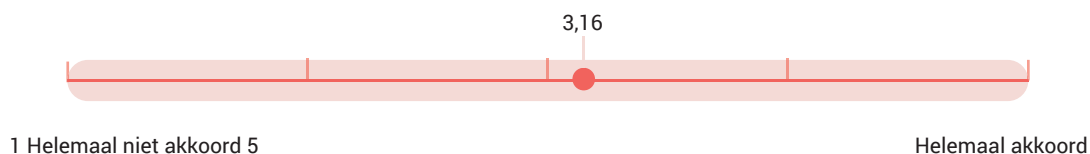
*Voor meisjes/vrouwen met migratie-achtergrond is het moeilijker om ondernemer te worden*



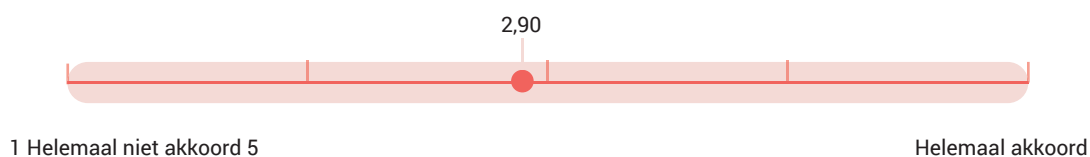
*Ik zou vriendinnen aanraden om ondernemer te worden*



*Mensen met migratie-achtergrond hebben het moeilijker om ondernemer te worden*



*Jongens/mannen hebben het gemakkelijker om hun droom te realiseren dan meisjes/vrouwen*



### 3.1 Definitie van een ondernemer

Volgens de respondenten is een ondernemer iemand die zelfstandig werkt, zijn/ haar eigen baas is, een missie heeft, een lange termijn doelstelling nastreeft, met passie werkt, actie onderneemt via een goed ondernemersplan, van niets start, impact creëert en een verschil maakt. Hij of zij is creatief, een dromer die hoog mikt, zelfvertrouwen heeft, verantwoordelijkheid neemt, beslissingen durft te nemen, er blijft in geloven ondanks alles en in zijn/ haar eigen onderhoud en dat van de familie kan voorzien.

Een ondernemer heeft een bepaalde attitude *"I'm the boss"* en is trots dat hij/ zij instaat voor het eigen geluk en straalt dat ook uit "ik heb mijn eigen gelukt gemaakt". Hoewel er consensus was over wat een ondernemer is voor hen, werd de ondernemende attitude en trots vooral genoemd door nieuwkomers en meisjes met een migratie-achtergrond.

In eerste instantie bleven de respondenten via de open vraag over wat ondernemerschap voor hen is, hangen in de relatief klassieke visie op ondernemerschap namelijk een commercieel bedrijf. Echter, door het bevragen van ondernemende familieleden, werd het voor hen stilaan duidelijk dat boeren bijvoorbeeld ook ondernemers zijn.

Ook de oefening met de foto's bracht in de meeste gesprekken de discussie op gang of een zanger of een sporter al dan niet een ondernemer is.

Tenslotte waren de meeste respondenten er toch van overtuigd dat indien de persoon verantwoordelijk was voor de opstart, de beslissingen en volledige verantwoordelijkheid op zich nam en daarvoor dan ook inkomsten verdiende, hij of zij ook een ondernemer was ook al was het van een (sport)school bijvoorbeeld. Echter, ze waren niet overtuigd dat iemand ook ondernemend kon zijn in een job. Intrapreneurship zien zij niet als ondernemen, althans de meeste respondenten.

In sommige groepen was er wel discussie over het verschil tussen een manager en een ondernemer en vooral diegenen met een studentenjob zagen wel degelijk het verschil en begrepen ook goed dat ondernemers wel degelijk uitvoerend werk op de werkvloer moeten doen. ik vermoed dat voor sommige respondenten hun jonge leeftijd en het gebrek aan werkervaring in een bedrijfscontext hun visie op intrapreneurship bepaalt.

### 3.2 Drempels en drivers voor ondernemerschap

#### *Drempels voor ondernemerschap*

Vooraf autochtone meisjes en nieuwkomers waren van mening dat drempels tot ondernemerschap evenveel gelden voor meisjes als voor jongens.

Barrières die vernoemd werden voor iedereen zijn: beperkte toegang tot kapitaal, hoge werklast met veel stress, job onzekerheid, angst voor verantwoordelijkheid, gebrek aan hulp, veel risico, laag pensioen, en veel administratie.

Autochtone respondenten vermelden nog de kans op faillissement en vooral kinderen van ondernemers praatten vanuit hun eigen ervaringen uitgebreid over het moeilijke evenwicht tussen werk en privé voor zelfstandigen. Dit uit zich in te weinig tijd voor de kinderen, het meenemen van werk naar huis ("het stopt nooit"), stress hebben en geen betaalde vakantie. Volgens hen is het harder werken dan als werknemer.

Over de combinatie kinderen en ondernemerschap werd lang gedebatteerd onder de meisjes waarbij de meesten van mening waren dat kinderen hen zou tegenhouden om een zaak op te starten. Ze zouden te weinig tijd kunnen vrijhouden voor hen, zouden niet genoeg betaald zwangerschapsverlof hebben en durven het risico op een onstabiel inkomen niet te nemen eens er kinderen zijn. Eén respondent getuigde dat kinderen de groei kan belemmeren, ze verwijst hierbij naar haar twee ondernemende zussen:

*"De drempels voor hen waren vooral hun gezin, dat hield hen tegen om door te groeien.*

...  
*Ik denk als je wil ondernemer zijn als vrouw moet je een paar dingen opofferen of taken kunnen doorschuiven naar je man."*

Voor meisjes uit Sub-Sahara Afrika zijn kinderen een pluspunt, zo getuigen sommige nieuwkomers. Zij moeten immers helpen in het huishouden wat de combinatie werk en gezin juist mogelijk maakt:

*"Als je mama of papa gaat naar werk, jullie komt terug van werk, jij moet een maaltijd maken voor jouw papa of mama om te eten. In Afrika is zo, anders niet, dan slaan."*

Voor sommige nieuwkomers waren kinderen een motivatie om hard te werken om hen te kunnen geven wat ze nodig hebben, maar dan moest het aantal kinderen beperkt zijn tot twee of hun leeftijd al wat hoger liggen zodat de combinatie haalbaar is. Slechts enkele respondenten zagen de voordelen van flexibel werken als zelfstandige als dé manier om moederschap en ondernemen te combineren bijvoorbeeld omdat je dan zelf kan beslissen niet op woensdag(namiddag) te werken.

Tenslotte getuigden kinderen van ondernemers dat het vooral moeilijk is wanneer beide ouders zelfstandig werken omwille van de constante stress die thuis voelbaar is, de druk op het inkomen wanneer de zaken niet goed lopen en de weinige tijd voor de kinderen. De meeste respondenten gaven dan ook aan enkel ondernemer te willen worden, als vrouw, indien de partner een vaste job had. Voor sommige respondenten kon ook hun partner of de zorg voor ouders hen tegenhouden om een eigen zaak te starten.

Indien we inzoomen op ondernemerschap van vrouwen met andere herkomst, vermeldden enkel nieuwkomers en meisjes met een migratie-achtergrond een gebrek aan zelfvertrouwen of niet au serieux genomen te worden als vrouwelijke ondernemer als drempel.

*"Over het algemeen, in zaken worden mannen serieuzer genomen dan vrouwen."*

Verder is het voor nieuwkomers en meisjes met een migratie-achtergrond soms moeilijk een evenwicht te vinden tussen het respecteren van de culturele normen en waarden en het willen volgen van hun eigen levenspad. Zo getuigt een meisje met Somalische nationaliteit dat ze heel graag model wil worden later, maar haar vader dat niet ziet zitten omdat zij als moslimmeisje wordt verwacht een hoofddoek te dragen. Toch kijkt ze enorm op naar haar grote voorbeeld Halima Aden, de eerste Amerikaanse deelnemer van een miss verkiezing met een hoofddoek die het tot de halve finale schopt.

De respondente vraagt zich luidop af hoe ze haar vader kan tevreden stellen en toch haar droom kan najagen zoals Halima Aden deed. Een andere nieuwkomer getuigt hoe moeilijk het is om je eigen ding te kunnen doen wanneer er bepaalde verwachtingen uit de gemeenschap zijn naar jou toe:

*“Als je hebt jouw cultuur en de mensen van jouw land zeggen je mag niet dees doen of dees doen, dan is dat een beetje moeilijk voor jou.”*

Als de familie niet achter de keuze voor ondernemen staat, zullen ze hen niet ondersteunen in geval van (financiële) nood. En indien de ondernemer in spe uit een armer gezin komt kunnen ze niet op een financieel duwtje in de rug rekenen bij opstart. Familie kan ook aansturen op een job in loondienst met een vast maandelijks inkomen, dit werd zowel door meisjes met een migratie-achtergrond als autochtone meisjes verteld waarbij de motivatie van de ouders voornamelijk de zekerheid van een vast inkomen is.

Sommige nieuwkomers merkten zelf op dat ze eerder voor een stabiel loon via een job zouden gaan indien ze financieel moeten bijdragen aan hun familie (in het thuisland). Een bedrijf betekent namelijk een onzeker inkomen en vaak in de beginjaren helemaal geen inkomen.

*“Familie kan positief zijn als ze je onderneming steunen.  
Maar soms moet jij je familie ondersteunen, vooral als ze in ontwikkelingslanden wonen.*

*Vaak kan familie een barrière zijn om te ondernemen.”*

Tenslotte, vrezen voornamelijk nieuwkomers en meisjes met een migratie-achtergrond discriminatie van stakeholders zoals leveranciers, klanten of financiële instellingen. Volgens hen gaat het vooral om een gebrek aan vertrouwen eigen aan het omgaan met mensen met andere roots.

Verder was men er ook van overtuigd dat in sommige beroepen klanten meer vertrouwen hebben in een man dan in een vrouw bijvoorbeeld in advocatuur. Vrouwen in mannenberoepen zoals vrachtwagenchauffeur kan moeilijk zijn maar niet onmogelijk, want omgekeerd zien de respondenten ook mannen in typische vrouwenberoepen zoals make-upartiest of kapper.

Zoals eerder vermeld heeft ongeveer één derde van de respondenten ondernemende ouders, heel vaak de vader. Dit was vooral het geval voor autochtone respondenten en nieuwkomers. We merkten dat een ondernemende vader eventuele culturele belemmeringen kunnen overstijgen. Een Syrisch meisje getuigt:

*“Mijn papa zegt aan mij, jij wil iets doen? Doe dat!”  
Als iemand zegt niet dat, je moet niet luisteren.”*

En een meisje met zowel Iraanse als Afghaanse afkomst wiens twee zussen ondernemen zei:

*“Nee dat was bij ons echt geen issue. Papa is zelf nog ondernemer geweest en hij is altijd voorstander geweest om je idee te volgen. Hij heeft nooit gezegd doe dat niet. Ik denk dat het bij ons geen big deal zou zijn mocht ik zeggen tegen mijn papa ik wil mijn eigen zaak beginnen. Hij zou nog eerder zeggen "moet ik je helpen?" “*

## *Drivers voor ondernemerschap*

Volgens de respondenten zijn criteria voor ondernemerschap enerzijds gelinkt aan persoonlijke eigenschappen zoals zelfkennis, slim zijn, zelfvertrouwen, sterk zijn, doorzettingsvermogen, assertiviteit, charisma, eerlijkheid, gedisciplineerd, innovatief, extravert, creatief, verantwoordelijk, contentieus, sociaal en een goed hart hebben (altijd vriendelijk zijn tegen de klanten, niet discrimineren).

Andere voorwaarden om een eigen bedrijf op te starten zijn volgens hen het Nederlands heel goed beheersen en de nodige kennis hebben al dan niet in de vorm van een diploma.

Volgens sommige respondenten is een diploma geen absolute voorwaarde om te kunnen starten, ze kennen voorbeelden van drop-outs zoals Bill Gates die toch succesvol zijn.

Andere respondenten zijn ervan overtuigd dat een diploma betekent dat de starter reeds bepaalde kennis heeft die hij/zij kan gebruiken. Maar ervaringsgericht leren tijdens het opstarten of ondernemen wordt ook als motivatie genoemd. Redenen om zelfstandig te worden kunnen ook zijn: een droom najagen en met passie werken, veel geld verdienen (enkel sommige meisjes met een migratie-achtergrond), het familiebedrijf overnemen (enkel autochtone meisjes), job tevredenheid, eigen baas zijn, flexibele uren hebben en veel sociale contacten hebben

Het opstartproces kan ondersteund worden door ondernemende ouders die stimuleren en adviseren, ondernemende ouders hebben werd door autochtone meisjes ook als reden genoemd om zelf te ondernemen. Op hun beurt gaven deze respondenten ook aan dat ze dan zelf iets hadden om door te geven aan hun eigen kinderen. Eén respondente, een nieuwkomer, getuigt:

*“Well, off course if you're in the same country, you have the connections because you grow in that environment. I know a Belgian student, he's son of entrepreneurs here. I am 29 years old and only now I am discovering all these books on entrepreneurship. And I noticed that he is 20 years old and already read lot of these books. To me it's like wow, he already has the mentality because his parents surely told him this is what you should know, what you should read, what's important. ”*



Voor meisjes met een migratie-achtergrond is discriminatie op de arbeidsmarkt een bijkomende reden om als zelfstandige hun eigen job te creëren. Een bijkomend voordeel is dat ze zo toch met hun hoofddoek kunnen werken. Verder werd hogerop geraken en jezelf kunnen bewijzen via een eigen zaak enkel vernoemd door meisjes met een migratie-achtergrond:

*“Daardoor als je geen job vindt ga je wel heel gemotiveerd zijn om zelf iets te doen, om te gaan tonen aan die mensen “kijk, ik heb het zelf gedaan, ik doe het beter”*

Echter, volgens sommige respondenten heeft ondernemen enkel aanzien wanneer de zaak goed draait. Andere, voornamelijk autochtone meisjes uit het ondernemersmilieu, respondenten zijn dan weer van mening dat een ondernemer sowieso meer erkenning krijgt dan iemand die in loonverband werkt omwille van het harde werk en de erkenning die daaraan wordt toegekend:

*“Ondernemen wordt beter bekeken door de mensen omdat je meer moeite hebt moeten doen”*

Verder zijn meisjes met een migratie-achtergrond ook gemotiveerd om dan als werkgever zelf kansen te creëren op de arbeidsmarkt voor andere meisjes zonder te discrimineren. Ze zien ook marktopportunities zoals een respondente die momenteel voor kinesist studeert vertelt dat eerste generatie moeders praktisch nooit naar de kinesist gaan omdat er weinig vrouwelijke kinesisten zijn die ook Arabisch spreken en waarbij ze zich comfortabel kunnen voelen. Ze is ervan overtuigd dat ze deze behoefte kan invullen als vrouwelijke kinesiste die zelf een hoofddoek draagt en Arabisch spreekt.

Tenslotte is iets goed doen voor anderen door impact te creëren met hun bedrijf, ofwel lokaal ofwel in het thuisland, even belangrijk als er geld aan verdienen.

### 3.3 Rolmodellen

Hoewel niet elke respondent een rolmodel kon benoemen, zijn dit de meest vermelde ondernemende beroemdheden naar wie ze opkijken: Halima Aden, Malala, Oprah Winfrey, Angelina Jolie, Ali B, Adil El Arbi, Virgil Abloh, Jane Goodall, Kylie Jenner, Bill Gates en Ellen Johnson-Sirleaf.

Dichterbij de respondenten werden ook familieleden opgesomd zoals een broer (zanger, voetbalcoach in Ghana), zus (logopediste), een overleden moeder (rechter in Burundi), vader (advocaat, apotheek), grootvader (instrumentenmaker) en neef (piloot in Syrië). Familieleden als rolmodel werden eerder vernoemd door autochtone respondenten.

In het algemeen waarderen vooral meisjes met een migratie-achtergrond in de rolmodellen hun zelfvertrouwen en doorzettingsvermogen

*“je mag nooit zeggen, ik ga het niet kunnen” of “wat heb ik minder dan anderen”*

Succesvol doorzetten om een droom te realiseren zeker vanuit een underdogpositie, zoals in de Amerikaanse droom, bijvoorbeeld Halima Aden of Oprah Winfrey werd erg geapprecieerd door meisjes met een migratie-achtergrond en nieuwkomers. Ook wereldwijd iets bereiken als meisje met een hoofddoek zoals Malala werd naar opgekeken, mede omdat ze vechten om de situatie van anderen te verbeteren zoals ook Jane Goodall, Angelina Jolie en Ellen Johnson-Sirleaf. Allen voorbeelden die vernoemd werden door nieuwkomers en meisjes met een migratie-achtergrond.

Het najagen van een droom om daarmee je passie te kunnen doen zoals zanger Brihang (broer van een respondente) of Virgil Abloh die toch eerst ingenieursstudies volbracht om zijn ouders tevreden te stellen en daarna succesvol de mode-industrie inging.

Verder werden een aantal rolmodellen opgesomd die blijven hard werken ondanks ze hun brood al heel goed verdienen zoals Gert Verhulst of Kylie Jenner. Blijven doorzetten ook al gaat het maanden niet goed werd geapprecieerd door een autochtone respondent wiens beide ouders ondernemers zijn in de (ruime) bouwsector die erg getroffen was tijdens de financiële crisis. Ook het telkens opnieuw de sprong wagen zoals een autochtone respondente vertelde over haar vader die als serial entrepreneur telkens opnieuw apotheken in slechte papieren overnam om ze terug financieel gezond te maken. Verder, van niets tot iets heel groots zoals Bill Gates realiseerde met Microsoft werd naar opgekeken door een autochtone respondente.

Opmerkelijk was het voor de meeste respondenten lang nadenken eer ze een rolmodel kunnen vernoemen en sommigen, ongeveer één derde, kon er helemaal geen benoemen. Eén respondente, met migratieachtergrond, merkte op dat je bij “een ondernemer” meteen aan het cliché van een iets oudere blanke man zoals Bill Gates denkt en dat er opmerkelijk weinig vrouwelijke rolmodellen zijn laat staan diverse vrouwen.

### 3.4 Ondernemende carrière

We sloten de gesprekken af met hun persoonlijke toekomstvisie op ondernemerschap, zien zij zichzelf later als ondernemer of niet.

Redenen om niet te ondernemen zijn onder andere een gebrek aan zelfvertrouwen, risico's willen vermijden, niet stress bestendig zijn, niet ambitieus zijn, bang zijn niet te slagen, job onzekerheid, geen verantwoordelijkheid willen nemen, geen vrije tijd hebben, geen tijd voor kinderen hebben en collega's missen.

Ondanks vele redenen die de respondenten tegenhouden om te ondernemen, antwoordden meer respondenten positief op de vraag of zij een ondernemende carrière voor zichzelf zagen.

Indien we focussen op de respondenten met een migratieachtergrond dan waren hun redenen om een eigen zaak op te starten: ouders en familie trots maken, een rolmodel zijn voor jongere broers en zussen in het bijzonder en meisjes in het algemeen, succes kennen als vrouw en hiermee naar buiten komen, zelf in het onderhoud van het gezin kunnen zorgen onafhankelijk van hun man en sociale impact kunnen creëren.

Tenslotte was inspelen op marktopportunities een goede reden om zelfstandig te worden zoals een vrouwelijke kinesist voor Marokkaanse vrouwen of een dagverblijf voor kinderen van ouders met een migratie-achtergrond. Met hun hoofddoek kunnen werken als ondernemer werd als bonus vermeld. Afgezien van etnische achtergrond van de respondenten zijn dit de meest vernoemde redenen om ondernemer te worden: eigen baas zijn, iets nalaten voor de kinderen, dromen najagen, anderen inspireren, ondernemende ouders hebben, van thuis uit kunnen werken en job tevredenheid nastreven.

## 4 Conclusie

Deze bevindingen geven exploratief inzicht in hoe jonge meisjes drivers en drempels tot divers vrouwelijk ondernemerschap ervaren.

Met betrekking tot *gender* werden enkel hindernissen gepercipieerd, geen voordelen werden toegeschreven aan vrouwelijk ondernemerschap. Toch kan de flexibiliteit van een zelfstandige beroep voordelig zijn voor moeders. Op een #SheDIDIT netwerkevent getuigde een onderneemster elke morgen haar kinderen elke dag te kunnen afzetten en afhalen en haar agenda af te kunnen stemmen aan de noden van het gezin.

Eigen baas zijn betekent immers ook een eigen agendabeheer. Voor meisjes afkomstig uit Sub-Sahara Afrika zijn kinderen net een aanwinst en bijna een voorwaarde om te kunnen ondernemen omdat zij de huishoudelijke klusjes overnemen. Bovenop moederschap kan een gebrek aan zelfvertrouwen en de angst om niet serieus genomen te worden als vrouw deze respondenten tegenhouden te ondernemen.

Indien we naar etniciteit kijken, dan zien we dat een gebrek aan steun van familie, discriminatie en culturele drempels enkel vermeld werden door meisjes met een migratie-achtergrond. Voor nieuwkomers zijn taal, een gebrek aan netwerk en financieel verantwoordelijk zijn voor de familie redenen om niet te ondernemen.

Verrassend genoeg uitten meisjes met een migratie-achtergrond meer positieve redenen om voor een zaak te gaan dan hindernissen om het niet te doen. Socio-economische vooruitgang, financiële onafhankelijkheid, sociale erkenning (door ouders, familie en maatschappij), marktopportunities, zelfvertrouwen opkrikken, discriminatie op de arbeidsmarkt aanvechten en tegelijkertijd job opportuniteiten voor anderen creëren, een rolmodel zijn en, tenslotte, iets terug doen voor de maatschappij drijft deze jonge meisjes met andere roots om te ondernemen.

Dit zijn hoofdzakelijk niet-economische drivers om te ondernemen, zoals eerder werd beschreven in een onderzoek naar ras, etniciteit en klasse bij etnische ondernemers in de VS (Valdez, 2011).

Tot slot merken we dat ondernemende ouders, voornamelijk vaders, mogelijke culturele moeilijkheden voor hun dochters kunnen helpen overwinnen. Een Zweedse studie vond dat ondernemerschap bij ouders de mogelijkheid tot ondernemende kinderen verhoogt tot 60% (Lindquist, Sol, & Van Praag, 2015).

Een andere studie bij studenten in een overheidsuniversiteit in Turkije vond ook dat ondernemende ouders tot de beïnvloedende factoren horen om zelf te gaan ondernemen (Gurbuz & Aykol, 2018).

Bij de respondenten werden vooral bij de autochtone meisjes ondernemende rolmodellen in het gezin, vaders, een broer of grootvader, gerapporteerd en sommige ondernemende vaders bij de nieuwkomers uit het Midden-Oosten.

In het gezin blijken inderdaad vooral de vaders een primaire rol te spelen bij het al dan niet ondernemen van hun kinderen (Kirkwood, 2007).

Het kruispunt denken helpt ons te begrijpen waarom het belangrijk is om verschillende waarden mee te nemen in het aanbod van startup diensten die zich op vrouwelijke ondernemers richten, zeker in een superdivers land als België.

In het #SheDIDIT project, worden de inzichten uit het onderzoek meegenomen in de topics van de coaching- en netwerkevents alsook voor de tips & tricks die via de rolmodellen in het spel voor middelbare scholenleerlingen worden aangereikt.

De talentpool met ondernemende diverse meisjes kan peercoaching stimuleren en adviserend en motiverend werken net voor die meisjes die in hun familie ondernemende rolmodellen moeten missen.

Afsluitend, het onderzoek bevestigt het belang en de noodzaak aan rolmodellen voor deze meisjes: voorbeelden van ondernemende vrouwen met een diverse achtergrond die jonge meisjes het gevoel geven dat ook zij ambitieus mogen zijn en ondernemende dromen hebben.

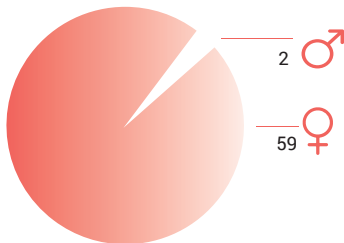
**“She did it, so can I”.**

# #She DID IT

## Drempels en drivers voor divers vrouwelijk ondernemerschap in Vlaanderen

### METHODE | 6 FOCUSGROEPEN BIJ LEERLINGEN EN STUDENTEN

Geslacht



Gemiddelde leeftijd

±17-18 jaar



Nationaliteit

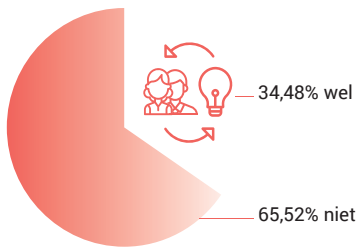


Nieuwkomer (niet-EU28)

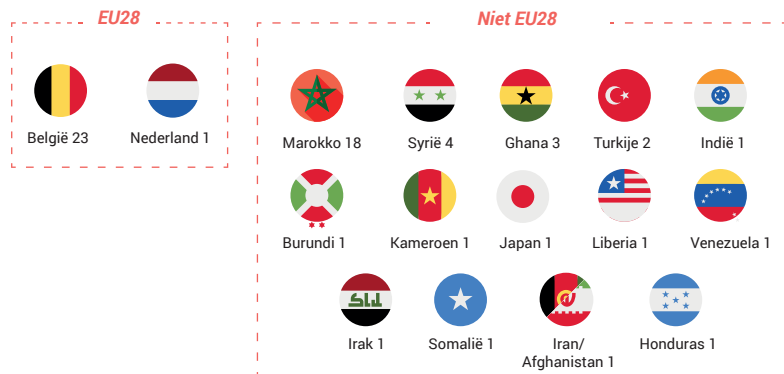
Migratieachtergrond (Niet-EU28)

Autochtoon

Eén of beide ouders ondernemer (in België of in het thuisland)



Landen van herkomst



### INDICATIEVE RESULTATEN

#### DREMPELS (-)

voor divers vrouwelijk ondernemerschap

- Financiële verantwoordelijkheid voor familie in het thuisland
- Discriminatie als ondernemer
- Geen steun van ouders
- Cultueel dilemma
- Kinderen

ONDERNEMENDE VADERS HELPEN CULTURELE BARRIÈRES OVERWINNEN

#### DRIVERS (+)

voor divers vrouwelijk ondernemerschap

- Erkenning krijgen (ouders, familie, maatschappij)
- Socio-economische progressie
- Rolmodel zijn
- Financiële onafhankelijkheid
- Sociale impact creëren
- Marktopportunities zien
- Discriminatie op arbeidsmarkt bestrijden & zelf kansen bieden als werkgever
- Kinderen

DRIVERS ZIJN HOOFDZAKELIJK NIET-ECONOMISCH





- Acquier, A., Daudigeos, T., & Pinkse, J. (2017). Promises and paradoxes of the sharing economy: An organizing framework. *Technological Forecasting & Social Change*, 125, 1-10.
- Bacigalupo, M., Kamylyis, P., Punie, Y., & Van den Brande, G. (2016). *EntreComp: The Entrepreneurship Competence Framework*. Luxembourg: Publication Office of the European Union.
- Chasserio, S., Pailot, P., & Poroli, C. (2014). When entrepreneurial identity meets multiple social identities : Interplays and identity work of women entrepreneurs. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 20(2), pp.128-154.
- Corluy, V., Haemels, J., Marx, I., & Verbist, G. (2015). The labour market position of second-generation immigrants in Belgium. *National Bank of Belgium*.
- Essers, C., & Benschop, Y. (2007). Enterprising Identities: Female Entrepreneurs of Moroccan or Turkish Origin in the Netherlands. *Organization studies*, 28(1), 49-69.
- Essers, C., & Benschop, Y. (2009). Muslim businesswomen doing boundary work: The negotiation of Islam, gender and ethnicity within entrepreneurial contexts. *Human Relations*, 62(3), 403-423.
- Gurbuz, G., & Aykol, S. (2018). Entrepreneurial intentions of young educated public in Turkey. *Journal of Global Strategic Management*, 2(2), 47-56.
- Hagiu, A., & Wright, J. (2015). *Multi-sided platforms*. Harvard Business School.
- Kathan, W., Matzler, K., & Veider, V. (2016). The sharing economy: your business model's friend or foe? *Business Horizons*, 59, 663-672.
- Kirkwood, J. (2007). Igniting the entrepreneurial spirit: is the role parents play gendered? *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 13(1), 39-59.
- Levin, T. B., Masurel, E., & Nijkamp, P. (2003). Diversity in entrepreneurship: ethnic and female roles in urban economic life. *International Journal of Social Economics*, 30(11), pp.1131-1161.
- Lindquist, M., Sol, J., & Van Praag, M. (2015). Why Do Entrepreneurial Parents Have Entrepreneurial Children? *Journal of Labor Economics*, 33(2), 269-296.
- Martin, C., Upham, P., & Budd, L. (2015). Commercial orientation in grassroots social innovation: insights from the sharing economy. *Ecological Economics*, 118, 240-251.
- Moos, A. &. (2018, April 27). Het einde van een geweldig avontuur. Opgehaald van Medium: <https://medium.com/@addFLAVR/het-einde-van-een-geweldig-avontuur-d0d4cefa2e22>
- Munoz, P., & Cohen, B. (2017). Mapping out the sharing economy: a configurational approach to sharing business modeling. *Technological Forecasting & Social Change*, 125, 21-37.
- (2018). *Onderzoek naar ondernemerschap onder statushouders*. VluchtelingenWerk Nederland.
- Piscicelli, L., Ludden, G., & Cooper, T. (2018). What makes a sustainable business model successful? An empirical comparison of two peer-to-peer foods-sharing platforms. *Journal of Cleaner Production*, 172, 4580-4591.
- Täuscher, K., & Laudien, S. (2018). Understanding platform business models: a mixed methods study of marketplaces. *European Management Journal*, 36, 319-329.
- Terlien, M. (2017). *Mind her business*. Ondernemen in kruispuntperspectief. Brussels: Ella vzw.
- Tlaiss, H. A. (2014). How Islamic business ethics impact women entrepreneurs: insights from four Arab Middle Eastern countries. *Journal of Business Ethics*(129), 859-877.
- Valdez, Z. (2011). *The new entrepreneurs: how race, class, and gender shape American enterprise*. Stanford University Press .
- Weichselbaumer, D. (2016). *Beyond the veil: Discrimination against female migrants wearing a headscarf in Germany*. Austria.

## Bijlage 1 Kwantitatieve vragenlijst

Nationaliteit en origine: .....

Leeftijd: .....

Meisje of jongen? .....

Ouders ondernemer? .....

| Ga je akkoord of niet?  | Helemaal niet akkoord   | Niet akkoord  | Neutraal  | Akkoord   | Helemaal akkoord  |
|---|---|---|---|---|---|
|   |  |  |  |  |  |
| Ondernemer zijn is een mooie carrièrekeuze voor een meisje/vrouw        |   |   |   |   |   |
| Voor meisjes met andere roots is het moeilijker om ondernemer te worden |   |   |   |   |   |
| Ik zou vriendinnen aanraden om ondernemer te worden                     |   |   |   |   |   |
| Mensen met andere roots hebben het moeilijker om ondernemer te zijn     |   |   |   |   |   |
| Jongens hebben het gemakkelijker om hun droom te realiseren dan meisjes |   |   |   |   |   |

## Bijlage 2 Interviewgids

Materiaal: post-its, kaartjes met kernwoorden, foto's (ppt), grote vellen papier, digitale recorder

### Inleiding

Ik ben Karijn, ik werk op de Arteveldehogeschool in Gent op de opleiding Bedrijfsmanagement. Wij werken aan #SheDIDIT, het project wil ondernemende meisjes met diverse roots in de kijker zetten. Jullie zijn ook meisjes met andere roots, daarom wil ik graag jullie mening. Je mag het komende 1,5u zeggen wat je denkt, er is geen juist of fout antwoord. Praat ajb niet door elkaar, ik moet nog een verslag maken. Anonimiteit verzekerd. Mag ik het gesprek opnemen? Informed consent laten ondertekenen.

### Vragenlijst

Eerst kwanti laten invullen (pre test impactmeting)

Ouders ondernemer? (hier of thuisland)

Nationaliteit

Interview gids

Nu weten jullie wie ik ben, ik ben nieuwsgierig wie jullie zijn.

Zeg es jullie naam en vanwaar je komt. Maak een naamkaartje.

Vandaag gaan we praten over ondernemers,

### Ijsbrekers:

- Wie zijn ouders zijn ondernemer? Ga recht staan

- Wie kent een ondernemer in de familie? Ga recht staan.
- Wie kent een ondernemer? Ga recht staan
- Wie heeft is deze week nog in contact geweest met een ondernemer? Ga recht staan

### *Inleiding*

Wat is ondernemerschap voor jullie? Wie is ondernemer?

#### Methode:

Foto's geven met voorbeelden van allerlei ondernemers, Ondernemer of NIET?  
Zie ppt met foto's. Laten sorteren: WEL of NIET ondernemer.

Doel: inzicht krijgen in wat ondernemerschap is voor hen en hoe eng (enkel profit?) en hoe breed (meer dan profit) ze dit zien

Methode: Woordassociaties maken (post-its plakken op een groot blad met "ondernemerschap" in het midden) Nederlands (Frans, Engels indien nodig). Wat hebben de foto's van ondernemers gemeen? Wat is een ondernemer? Wie is ondernemer?

Doel: inleiding, voeling krijgen met het onderwerp, inzicht krijgen in wat ondernemerschap is voor hen en hoe eng (enkel profit?) en hoe breed (meer dan profit) ze dit zien

(Ondernemerschap = ontplooiën van een professionele commerciële of niet-commerciële activiteit, alleen of met anderen. Dat kan gaan van de oprichting van een vzw of een coöperatief, tot de start van een bvba, en alles daartussenin. (Terlien, M., 2017)

Is een vzw opstarten ook ondernemen? Sociale impact

Is een job hebben ook ondernemend?

### *Corpus*

Waarom WEL/ NIET ondernemer worden? (1/ open vraag, 2/ onderstaande antwoorden aftoetsen) Algemeen (dé ondernemer, niet persoonlijk)

#### Methode:

1/ Woordassociaties maken (post-its plakken op een groot blad met links: NIET, rechts WEL ondernemer worden) Nederlands (Frans, Engels indien nodig)

2/ Kaartjes met kernwoorden (=antwoorden), hen laten sorteren op WEL, NIET ondernemer worden

Doel: inzicht krijgen in drempels om ondernemer te worden

Kaartjes met kernwoorden:

Redenen om **WEL** ondernemer te worden:

- Van passie je werk maken
- Geld verdienen
- Vrijheid en flexibiliteit (eigen baas zijn, werk-gezin beter kunnen combineren, zelf job kunnen invullen)
- Geen job vinden (discriminatie op arbeidsmarkt)
- Ouders zijn ondernemer
- Prestige (sociale status als ondernemer)
- Een kans in de markt zien
- Connectie met thuisland

Redenen om **GEEN** ondernemer te worden

- Teveel administratie
- Weet niet hoe op te starten (welke stappen zetten, bij wie langs te gaan voor hulp)
- je moet goed Nederlands kunnen
- Ik weet te weinig (vooral juridisch, sociaal, fiscaal)
- Wat als het mislukt
- Wat als er kinderen komen (moeilijk te combineren met een gezin)
- Je moet diploma('s) hebben
- Je moet mensen kennen die je kunnen helpen
- Je moet geld hebben (startkapitaal)
- Ik ken niemand in mijn familie aan wie ik geld zou kunnen vragen/ lenen om te starten
- Ik wil geen interest betalen dus ik kan niet lenen bij de bank
- Dan moet ik eerst jaren werken als werknemer om geld opzij te kunnen zetten
- Discriminatie als ondernemer (bv. bij het huren van een pand, bij het aanvragen van financiering, ...)
- Ik zie mezelf niet als ondernemer want ik heb niet alle eigenschappen van een goede ondernemer
- Je moet zeer zelfstandig zijn
- Je moet creatief zijn
- Je moet mooi zijn
- Je moet met mannen werken
- Het is not done in mijn cultuur

1.1 zijn er andere redenen voor meisjes als voor jongens? Indien de jongens deze kaartjes zouden leggen, zouden kaartjes anders liggen?

1.2 zijn er andere redenen voor mensen met migratie-achtergrond?

1.3 zijn er andere redenen voor jonge mensen?

Doel: inzicht krijgen in de invloed van gender, afkomst en leeftijd op drempels om te ondernemen

Kun je 1 succesvolle ondernemers opnoemen? Naar wie kijken jullie op?

Waarom kijk je daarnaar op? Wat bewonder je in die persoon?

Doel: inzicht krijgen in succesfactoren volgens hen

Ken je ondernemers die geprobeerd hebben en gestopt zijn?

Waarom zijn ze gestopt? Hoe komt dat volgens jou? Verhaal Karima Gent, kunnen jullie iemand zoals Karima?

Doel: inzicht krijgen in drempels volgens hen

Zie je jezelf ondernemer worden?

Methode: over de lijn laten springen indien ze WEL ondernemer willen worden

: nagaan of ze zichzelf als ondernemer zien, waarom wel en waarom niet

Waarom wel: 3 redenen, neem 3 kaartjes die voor jou gelden. Schrijf 1, 2, 3 op.

Waarom niet: 3 redenen, neem 3 kaartjes die voor jou gelden. Schrijf 1, 2, 3 op.

**Afsluiting**

Wil je nog iets vertellen wat nog niet aan bod kwam?

# #She DID IT



Bringing talents together.



Europese Unie

Met steun van het Europees Fonds voor Asiel, Migratie en Integratie en de Vlaamse overheid  
"Naar een meer geïntegreerd migratiebeleid, via AMIF."