

## **Monitor vrouwelijk en etnisch ondernemerschap 2010**

dr. D. Bleeker  
drs. A. Bruins  
drs. R. Braaksma

Zoetermeer, 13 januari 2011

Dit onderzoek is gefinancierd door het Ministerie van Economische Zaken, Landbouw en Innovatie en het Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap

De verantwoordelijkheid voor de inhoud berust bij EIM bv. Het gebruik van cijfers en/of teksten als toelichting of ondersteuning in artikelen, scripties en boeken is toegestaan mits de bron duidelijk wordt vermeld. Vermenigvuldigen en/of openbaarmaking in welke vorm ook, alsmede opslag in een retrieval system, is uitsluitend toegestaan na schriftelijke toestemming van EIM bv. EIM bv aanvaardt geen aansprakelijkheid voor drukfouten en/of andere onvolkomenheden.

The responsibility for the contents of this report lies with EIM bv. Quoting numbers or text in papers, essays and books is permitted only when the source is clearly mentioned. No part of this publication may be copied and/or published in any form or by any means, or stored in a retrieval system, without the prior written permission of EIM bv. EIM bv does not accept responsibility for printing errors and/or other imperfections.

# Inhoudsopgave

Samenvatting	5
1 Inleiding	13
2 Inleiding Deel A: Vrouwelijk ondernemerschap	15
3 Ontwikkeling en stand van zaken	17
3.1 Inleiding	17
3.2 Omvang vrouwelijk ondernemerschap	18
3.3 Ondernemersquote van vrouwelijke ondernemers	21
3.4 Winst uit de onderneming van vrouwelijke ondernemers	23
3.5 Vrouwelijke starters	26
3.6 Vrouwelijke uitkeringstarters	28
<i>Case Cindy van Laar</i>	30
4 Kenmerken	33
4.1 Inleiding	33
4.2 Ondernemer	34
4.3 Bedrijf	36
5 Gedrag	39
5.1 Inleiding	39
5.2 Innovatie	40
5.3 Ondersteuning	42
5.4 Samenwerking	44
5.5 Internationalisering	45
5.6 Toekomst van het bedrijf	47
<i>Case Linne van Straten</i>	49
6 Prestaties	51
6.1 Inleiding	51
6.2 Opbrengst van het bedrijf	52
6.3 Inkomen	54
6.4 Financiering	55
7 Achtergronden	59
8 Inleiding Deel B: etnisch ondernemerschap	61
9 Ontwikkeling en stand van zaken	63
9.1 Inleiding	63
9.2 Omvang etnisch ondernemerschap	63
9.3 Ondernemersquote van etnische ondernemers	70
9.4 Winst uit de onderneming van etnische ondernemers	74
9.5 Etnische starters	78
9.6 Etnische uitkeringstarters	80
<i>Case Rachid Lechheb</i>	84

10	Kenmerken	86
10.1	Inleiding	86
10.2	Ondernemer	86
10.3	Bedrijf	88
11	Gedrag	91
11.1	Inleiding	91
11.2	Innovatie	91
11.3	Ondersteuning	92
11.4	Samenwerking en ondernemersorganisaties	92
11.5	Internationalisering	93
11.6	Toekomst van het bedrijf	93
	<i>Case Najat Annanaz</i>	94
12	Prestaties	96
12.1	Inleiding	96
12.2	Opbrengst van het bedrijf	96
12.3	Financiering	96
13	Achtergronden	99
Bijlagen		
I	Extra Tabellen	101
II	Deelnemers interviews etnisch ondernemerschap	103
III	Deelnemers groepsbijeenkomsten	105
IV	Enquête vrouwelijk ondernemerschap	107
V	Interviewlijst	115
VI	Verantwoording enquête vrouwelijk ondernemerschap	117
VII	Samenstelling Begeleidingscommissie	119

# Samenvatting

Hieronder volgt de samenvatting van Deel A Vrouwelijk ondernemerschap en Deel B Etnisch ondernemerschap. De cursieve delen zijn de korte samenvattingen die worden gevolgd door een uitgebreidere samenvatting.

## ***Deel A: Vrouwelijk ondernemerschap***

*Het beeld dat deel A van de Monitor oplevert van vrouwelijk ondernemerschap is als volgt. Cijfers van de Kamer van Koophandel (KvK) en het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) laten zien dat vrouwelijk ondernemerschap groeiende is. Vrouwen hebben een steeds groter aandeel in het aantal starters. In de periode 2000-2009 is dit aandeel gestegen van 25% naar 35% van het totale aantal starters. Ook vormen vrouwen een derde deel van het aantal uitkeringsstarters. Deze groei in het aandeel vrouwelijke starters is nog wel te beperkt om meteen terug te zien in het aandeel vrouwelijke ondernemers in de ondernemerspopulatie. Dit aandeel ligt sinds 2000 vrij stabiel op 31% à 32%. Wel is het aantal vrouwelijke starters in absolute zin sterk toegenomen van ruim 300.000 naar krap 350.000. Verder ligt de ondernemersquote van vrouwen in de periode 2000-2007 stabiel op 6%.*

*De resultaten uit de enquête schetsen een beeld van de vrouwelijke ondernemer: Vrouwen zijn vrij vaak hoog (42%) of middelbaar (38%) opgeleid, zijn behoorlijk innovatief<sup>1</sup> (59% van de vrouwelijke ondernemers heeft in de afgelopen twaalf maanden minstens één vernieuwing doorgevoerd), halen doorgaans advies bij een accountant (80%), en hebben 7 op de 10 keer een winstgevend bedrijf.*

*Het winstniveau is in vergelijking met mannelijke ondernemers lager en in de periode 2000-2007 is dit verschil ook toegenomen, zo blijkt uit cijfers van het CBS. De gemiddelde winst van vrouwelijke ondernemers is in het jaar 2000 qua hoogte 60% van de gemiddelde winst van mannelijke ondernemers. In het jaar 2007 staat deze verhouding op 58%.*

*Deze winstcijfers hangen mogelijk samen met aspecten van vrouwelijk ondernemerschap die blijken uit de enquête: van de vrouwelijke ondernemers is de minderheid (24%) de hoofdkostwinner<sup>2</sup> binnen een gezin, en heeft een flink deel (32%) het eigen baas-zijn als primaire motivatie (in tegenstelling tot bijvoorbeeld groei als primaire motivatie). Dit gaat samen met redelijk kleinschalige ondernemingen die vaak (85%) uit minder dan 6 werkzame personen bestaan. Verder wordt er in vergelijking met mannen nog vaak ondernomen in lage winst sectoren, zoals de overige dienstverlening.*

<sup>1</sup> Bij innovatie gaat het om: 1. nieuwe producten of diensten op markt brengen, 2. nieuwe klantgroepen of gebieden gaan bedienen of 3. verbeteringen of vernieuwingen doorvoeren in de interne bedrijfsprocessen

<sup>2</sup> Onder hoofdkostwinner wordt verstaan degene die het hoogste inkomen heeft binnen het huishouden los van de hoogte van de vergeleken inkomens. De partner van de hoofdkostwinner kan dan ook economisch zelfstandig zijn.

Nederland telt in 2007 een groter aantal ondernemers dan in 2000 (toename van 13,7%), maar het aandeel van vrouwen is in de jaren min of meer gelijk gebleven (32% van alle ondernemers). In absolute zin is vrouwelijk ondernemerschap dus groeiende, maar de absolute groei van mannelijk ondernemerschap was in de periode 2000-2007 nog sterker. Vrouwen ondernemen weinig in de bouwsector (4% van de vrouwelijke ondernemers ten opzichte van 14% van de mannelijke ondernemers) en zijn ten opzichte van mannen sterk gericht op de sector zorg, openbaar bestuur en onderwijs (12% versus 5%) alsmede de overige dienstverlening (17% versus 7%). Het aandeel ondernemers binnen de vrouwelijke beroepsbevolking is in de periode 2000-2007 stabiel op 6%. Bij mannen ligt de ondernemersquote in dezelfde periode twee keer zo hoog. Dit verschil tussen mannen en vrouwen is consequent terug te zien binnen alle leeftijdscategorieën van de beroepsbevolking.

Het winstniveau van vrouwelijke ondernemers ligt in 2000 lager dan dat van mannen. De gemiddelde winst lag op 60% van het gemiddelde winstniveau van mannen. Dit niveauverschil is in de loop der jaren iets toegenomen, waardoor het man-vrouw verschil in 2007 groter is dan in 2000. De gemiddelde winst van vrouwen ligt in 2007 op 58% van het winstniveau van mannen. Juist in een sector waarin vrouwen relatief veel ondernemen (zorg, openbaar bestuur en onderwijs) ligt het winstniveau opvallend laag, op 44% van het gemiddelde winstniveau van mannen.

Er is een positieve trend te zien in het aandeel vrouwen dat een onderneming start. Was in 2000 nog een kwart van de starters een vrouw, in 2009 gaat het om 35% van de starters. Als deze trend zich voortzet zal het aandeel vrouwen in de totale ondernemerspopulatie kunnen toenemen. Vrouwen starten nog wel relatief veel in de traditionele sectoren, zoals de zorg (3,7 keer zo vaak als mannen) en de overige dienstverlening (2,8 keer zo vaak als mannen). Hoewel vrouwen ook vrij vaak starten in de zakelijke dienstverlening (18%) doen zij dit nog altijd minder vaak dan mannen (25%).

Het aantal uitkeringstarters is toegenomen in de periode 2002-2007 van 5.162 tot 10.583. Het aandeel vrouwelijke uitkeringstarters is ook toegenomen in die periode van 27% tot en met bijna een derde deel (32%) van het aantal uitkeringstarters. Vrouwen hebben een aandeel van ongeveer een derde in zowel de bijstand, als de WW en de WAO (of, sinds 2005, WIA). Verder zijn vrouwelijke uitkeringstarters doorgaans wat jonger dan mannelijke uitkeringstarters. Ze zijn sterk vertegenwoordigd in de leeftijdscategorie van 25 tot en met 44 jaar.

Vrouwelijke ondernemers zijn doorgaans hoog (42%) of middelbaar opgeleid (38%) en langer dan 5 jaar actief als ondernemer. De vrijheid van het 'eigen baas' zijn is iets dat hen in sterke mate trekt, 32% van de vrouwen noemt dit als primaire drijfveer. De helft van de ondernemers werkt minstens fulltime, dat wil zeggen, ten minste 36 uur. Het gemiddelde komt óók uit op 36 uur, omdat de helft die minder dan 36 uur werkt wordt gecompenseerd door een groot aantal dat (veel) meer werkt. Verder werken ze meestal (krap 70%) zonder zakelijke partners. Als er met een zakelijke partner wordt ondernomen dan is dit 2 op de 3 keer de levenspartner. Het vrouwelijke ondernemerschap gebeurt vrij kleinschalig: Bijna 6 op de 10 vrouwelijke ondernemers werkt zonder personeel en bedrijven die uit 10 of meer werkzame personen bestaan vormen ongeveer 10% van het totaal.

Ruim meer dan de helft van de vrouwelijke ondernemers (59%) noemt zich innovatief over het afgelopen jaar. Men is vooral gericht op procesinnovaties (43%). Vrouwelijke ondernemers met groeiambitie hebben veel vaker vernieuwingen doorgevoerd dan degenen zonder die groeiambitie. Ook hebben hoger opgeleide ondernemers vaker vernieuwingen doorgevoerd dan laag opgeleide, en is dit bij ondernemingen met personeel vaker het geval dan bij ondernemingen zonder. Van de vrouwelijke ondernemers heeft 20% het afgelopen jaar nieuwe producten of diensten op de markt gebracht.

Vrouwelijke ondernemers maken meestal gebruik van een accountant (80%). Ze zijn niet met alle beschikbare fiscale faciliteiten even bekend, maar door het sterke leunen op de accountant is dit wellicht ook niet noodzakelijk. Vrouwen werken vrij weinig samen met andere ondernemers (25% vaker dan incidenteel) en 18% is gericht op internationaal ondernemen. De internationaal georiënteerde ondernemers wijken wel wat af van de andere ondernemers: ze zijn wat hoger opgeleid, en het streven naar de vrijheid van eigen baas zijn is minder vaak de primaire motivatie.

Krap de helft van de vrouwelijke ondernemers heeft groeiambities. Maar voor driekwart van deze groep geldt dat andere ambities, vooral het eigen baas zijn, nóg zwaarder wegen. Voor de nabije toekomst verwacht 1 op de 7 vrouwen continuïteitsproblemen. Deze ondernemers hebben ook opvallend vaak een financieringsbehoefte.

De meeste bedrijven (70%) van vrouwelijke ondernemers zijn winstgevend. De omzetcijfers van vrouwelijke ondernemers vallen overwegend (60%) in de lagere omzetcategorie tot 50.000 euro en 91% valt in de categorie tot een half miljoen euro. Ongeveer 1 op de 10 vrouwelijke ondernemers rapporteert omzetcijfers boven de 500.000 euro. 6% komt qua omzet boven de miljoen euro uit.

De ondernemers zijn doorgaans niet afhankelijk van het inkomen uit het bedrijf. Ze zijn vaak gehuwd of samenwonend (83%) en 25% van hen is de hoofdkostwinner. Ongeveer een derde van de vrouwelijke ondernemers heeft nog een andere bron van inkomsten, zoals een baan in loondienst of een uitkering. Een aparte groep zijn de alleenstaande vrouwelijke ondernemers (17% van het totaal). Voor hen is de onderneming meestal de enige bron van inkomen.

Ongeveer 1 op de 7 vrouwen heeft in het afgelopen jaar behoefte gehad aan financiering. Voor ruim 60% van hen gaat het om kleine bedragen tot 35.000 euro. De behoefte aan financiering bestaat relatief vaak bij niet-winstgevende bedrijven en een financieringsaanvraag wordt in een derde van de gevallen afgewezen.

### **Deel B: etnisch ondernemerschap<sup>1</sup>**

*Evenals vrouwelijk ondernemerschap is etnisch ondernemerschap groeiende. Etnische ondernemers maken een steeds groter deel uit van het totale aantal starters: uit cijfers van de KvK blijkt dat het aandeel etnische ondernemers (van de eerste generatie) in de periode 2000-2009 is gestegen van 15 naar 25%. Dit uit zich ook in een groter aandeel etnische ondernemers in de totale ondernemerspopulatie, blijkt uit cijfers van het CBS. In 2007 is dit 14%, daar waar het in 2000 nog ging om 12% van het totale aantal ondernemers. Deze groei is vooral te relateren aan de groei van het aantal niet-westerse etnische ondernemers. Daarnaast is de ondernemersquote van etnische ondernemers gestegen van 6% naar 7%. Mogelijk stijgt deze quote nog verder als de tweede generatie niet-westerse etnische minderheden ouder wordt. Deze groep etnische minderheden is momenteel nog erg jong en herbergt dus veel ondernemerspotentieel.*

*Cijfers van het CBS laten verder zien dat de winstcijfers van etnische ondernemers gemiddeld lager liggen dan die van autochtone ondernemers en dat dit verschil is toegenomen in de periode 2000-2007. In de sector zorg, openbaar bestuur en onderwijs behalen de etnische ondernemers echter hogere gemiddelde winsten dan de autochtone ondernemers. De gemiddelde winst van etnische ondernemers ligt op 85% van die van autochtone ondernemers. Dit komt deels voort uit de aard van etnisch ondernemerschap, zo blijkt uit een reeks interviews onder experts: het vindt veel plaats in lage winst sectoren zoals de horeca, het is relatief kleinschalig (weinig personeel), het wordt gemotiveerd door de wens om te voorzien in eigen levensonderhoud (en is weinig gericht op groei), het is relatief vaak noodgedwongen ondernemerschap, en het is niet erg gericht op innoveren.*

*Deze punten gelden sterker voor niet-westerse dan voor westerse etnische ondernemers, aangezien westers etnisch ondernemerschap op meerdere punten vergelijkbaar is met autochtoon ondernemerschap. Verder wijkt onder niet-westerse etnische ondernemers de tweede generatie ook weer af van de eerste generatie. Bij de tweede generatie is de kwaliteit van ondernemerschap wat hoger: het opleidingsniveau is hoger dan van de eerste generatie en er wordt meer aan hoogwaardige dienstverlening gedaan. Toch is de invloed van de tweede generatie in absolute zin beperkt omdat deze groep (nog) niet vaak over is gegaan op ondernemen. Dit wordt gerelateerd aan twee punten: deze groep is erg jong (vaak onder de 24 jaar) en heeft daarnaast meer mogelijkheden om te slagen op de reguliere arbeidsmarkt, wat een baan in loondienst tot een serieuzere optie maakt dan voor de 1<sup>e</sup> generatie niet-westerse groep.*

<sup>1</sup> Onder etnisch ondernemerschap worden alle ondernemers begrepen die vanuit Nederlands perspectief van buitenlandse afkomst zijn. Ze zijn in het buitenland geboren en/of minimaal 1 van hun ouders is van buitenlandse afkomst. Zie de inleiding van Deel B voor een verdere toelichting van de definitie.



Nederland telt in 2007 een groter aantal ondernemers dan in 2000 en het aandeel van etnisch ondernemers is toegenomen van 12% naar 14%. In 2007 zijn er in totaal 152.000 etnische ondernemers. De toename komt vooral door een groei van het aandeel niet-westerse etnische ondernemers van 34% naar 40% binnen de populatie etnische ondernemers. Er wordt door de etnische ondernemers nog wel relatief veel ondernomen in de horeca (lage winst sector). Het aandeel is wel afgenomen, namelijk van 15% naar 12%. Verder is in de periode 2000-2007 de toename van ondernemerschap in de financiële sector (een hoge winst sector) met aandelen van 2% respectievelijk 4% enigszins aan etnische ondernemers voorbij gegaan. Het aandeel van de autochtone ondernemers in de financiële sector is in dezelfde periode namelijk gestegen van 2% naar 7%, wat een grotere groei is binnen deze hoge winst sector.

Etnische ondernemers zijn in vergelijking met autochtone ondernemers vrij jong. De populatie autochtone ondernemers wordt gemiddeld steeds ouder terwijl de populatie etnische ondernemers ongeveer even jong blijft. Dit jonge karakter komt vooral door de leeftijdsopbouw van niet-westerse etnische ondernemers, waarvan in 2007 66% in de leeftijd van 25 tot 45 jaar valt en 29% 45+ is. Ter vergelijking: van de autochtone ondernemers valt in 2007 43% in de leeftijd van 25 tot 44 jaar en behoort 55% tot de leeftijdscategorie 45+.

Evenals bij autochtone ondernemers zijn etnische ondernemers minder vaak vrouwen dan mannen: respectievelijk 31% en 33% is vrouw. Deze percentages zijn hetzelfde als in het jaar 2000. Het percentage vrouwen binnen de groep etnische ondernemers laat wel een divers beeld zien als er rekening wordt gehouden met het verschil tussen niet-westerse en westerse etnische ondernemers. Bij de niet-westerse etnische ondernemers valt op dat het percentage vrouwen voor zowel de eerste als de tweede generatie (respectievelijk 27% en 29%) lager ligt dan gemiddeld over de totale populatie etnische ondernemers (33%). Bij de westerse ondernemers valt juist op dat zowel de eerste als de tweede generatie een hoger percentage vrouwen heeft (43% en 34%).

Experts wijzen er op dat cultureel-maatschappelijke verschillen tussen etnische groepen leiden tot verschillen in de mate van ondernemerschap van vrouwen. Bepalend hiervoor is de mate van maatschappelijke en economische zelfstandigheid van vrouwen. Ook voor etnische minderheidsgroepen van de tweede generatie is er wat dit betreft nog een weg te gaan. Het beperkte aandeel vrouwelijke etnische ondernemers heeft een drukkend effect op de etnische ondernemersquote. Naar verwachting zal wanneer de sociale en economische zelfstandigheid van vrouwen groter wordt ook het aandeel etnische ondernemers toenemen.

In de periode 2000-2007 ligt de etnische ondernemersquote lager dan de autochtone ondernemersquote: respectievelijk 6% en 10% in 2000 en 7% en 11% in 2007. Dit geldt in sterke mate voor de 2e generatie niet-westerse etnische minderheden (3% in 2000 en 4% in 2007). Dit hangt echter sterk samen met de opbouw van de potentiële beroepsbevolking van deze groep. Er zijn veel jongeren binnen de groep waarvan niet kan worden verwacht dat ze al massaal ondernemen.

Etnische ondernemers maken gemiddeld een lagere winst dan autochtone ondernemers. In de periode 2000-2007 is dit verschil enigszins toegenomen: de verhouding van de winst van etnische ten opzichte van autochtone ondernemers daalde van 0,90 naar 0,85. Dit is onder andere gerelateerd aan de relatief lage winstcijfers in de sector en leeftijdscategorie waarin veel etnische ondernemers zijn te vinden: respectievelijk de horeca en de groep 25-44 jarigen. In deze sector en leeftijdscategorie zijn etnische ondernemers qua winstcijfers verder achterop geraakt bij autochtone ondernemers.

In de periode 2000-2009 is het aantal etnische starters toegenomen tot 26.100 etnische minderheden (van de eerste generatie). Ook maken etnische minderheden een steeds groter deel uit van het aantal starters: het aandeel steeg van 15% in 2000 tot 25% in 2009. Vooral Turken en Surinamers hebben een groter aandeel in het aantal starters. Er wordt door etnische minderheden vaak gestart in de bouwnijverheid (in 2007 25%) en relatief weinig in de zakelijke dienstverlening (12%). In de periode 2002-2007 is het aandeel etnische minderheden in het aantal uitkeringsstarters ook toegenomen, vooral het aandeel starters vanuit de bijstand. In de periode 2002-2007 is het aandeel etnische minderheden in het aantal uitkeringstarters toegenomen van 19% naar 26%. Verder waren er in 2007 bijna evenveel etnische als autochtone starters vanuit de bijstand (ruim 1.100). Starten vanuit de bijstand wordt relatief vaak gedaan door niet-westerse etnische minderheden.

Binnen de populatie etnische ondernemers hebben westerse etnische ondernemers in 2007 een groter aandeel dan niet-westerse etnische ondernemers (60% versus 40%). Het aandeel van westerse ondernemers is daarmee wel afgenomen, daar het aandeel westerse etnische ondernemers in het jaar 2000 op 66% lag. Opvallend is de sterke stijging (+8%) van het aandeel eerste generatie westerse etnische ondernemers dat werkzaam is in de bouwnijverheid. Met name Polen en Bulgaren zijn gestart in de bouwsector. Toch is het aandeel starters uit Oost-Europa dalende. Was in 2006 bijvoorbeeld nog 20% van de etnische starters van Poolse afkomst, in 2009 was dit percentage gedaald naar 7%. Dit komt door het vervallen van de verplichting dat nieuwkomers uit Oost Europa zich als ondernemer laten inschrijven als zij in Nederland werkzaamheden willen uitvoeren.

De complexiteit van etnisch ondernemerschap neemt toe. Het is belangrijk om onderscheid te maken naar eerste en tweede generatie en herkomstgroepering. Vooral binnen de populatie eerste generatie etnische ondernemers is de verscheidenheid ook weer aanzienlijk: het gaat hier om een combinatie van niet-westerse etnische groeperingen die in de jaren '70 en '80 naar Nederland zijn gekomen, in Nederland opgegroeide (veelal niet-westerse) groeperingen, vluchtelingen en Westerse arbeidsmigranten. Het is vooral binnen de populatie niet-westerse etnische minderheden dat ondernemerschap nog sterk een mannelijke aangelegenheid is. Opvallend is dat dit ook geldt voor de tweede generatie. Aan het opleidingsniveau kan het niet echt liggen: etnische minderheden van de tweede generatie zijn gemiddeld aanzienlijk hoger opgeleid dan hun ouders en hebben hun opleiding ook in Nederland genoten. Anderzijds maakt dit dat de tweede generatie betere kansen heeft op de arbeidsmarkt en daardoor minder vaak vanwege pushmotieven tot ondernemerschap overgaat.

De tweede generatie niet-westerse etnische ondernemers neigen naar een hogere kwaliteit van ondernemerschap. De spreiding over sectoren is groter. Men is bijvoorbeeld meer gericht op hoogwaardige dienstverlening waarvoor een hogere opleiding vereist is. Verder zijn het assortiment, de bedrijfsvoering en de afzetmarkt minder informeel en traditioneel dan van de 1<sup>e</sup> generatie niet-westerse etnische ondernemers. Westerse arbeidsmigranten bepalen tegenwoordig voor een deel het etnische ondernemerschap, vooral door (een geschiedenis van noodgedwongen) ondernemerschap in de bouw.

Binnen etnisch ondernemerschap heeft innovatie doorgaans betrekking op toevoegingen aan het mainstream productaanbod, nieuwe productmarktcombinaties en procesinnovaties. Er worden relatief weinig nieuwe producten of diensten op de markt gebracht. Een beperkte toegang tot bancaire financiering wordt hier genoemd als belangrijke oorzaak. Deze beperkte toegang geldt in sterkere mate voor de eerste generatie dan de tweede generatie, aangezien deze groep vaker te maken heeft met bijvoorbeeld taalproblemen dan de tweede generatie. Verder maken etnische ondernemers weinig gebruik van het generieke ondernemersinstrumentarium. De traditionele etnische ondernemer leunt zwaar op personen uit de directe omgeving van de ondernemer. De tweede generatie etnische ondernemers weet inmiddels de weg te vinden naar ondersteuning in de uitdijende kring van etnische ondernemers in de zakelijke dienstverlening.

Samenwerken en aansluiten bij netwerken gebeurt vrij weinig onder etnische ondernemers. Ook worden etnische ondernemers moeilijk bereikt door het ondernemersinstrumentarium. Als etnische ondernemers samenwerken of zich organiseren dan gebeurt dit meestal langs etnische lijnen, maar dit fenomeen doet zich in absolute zin ook niet erg vaak voor. Een uitzondering wordt gevormd door Oost-Europese zzp'ers voor wie netwerksamenwerking vrij gangbaar is. Verder blijkt dat het internationale karakter van etnisch ondernemerschap niet lijdt tot relatief meer internationaliseringsgerichtheid. Ondanks de potentie van bicultuuraliteit blijft het internationale ondernemerschap nog beperkt.

De eerste generatie ondernemers is vaak tamelijk slecht voorbereid op het ondernemen. Dit hangt samen met de ambities: men wordt ondernemer om in het eigen levensonderhoud te kunnen voorzien. Groeiambities worden meer aangetroffen onder etnische ondernemers van de tweede generatie. Deze groep werkt bijvoorbeeld ook met franchiseconcepten.

Etnisch ondernemerschap is overwegend kleinschalig. Dientengevolge zijn de omzet- en winstniveaus beperkt. De opbrengst neemt echter wel toe, evenals de overlevingskans. Voor financiering leunen etnische ondernemers nog altijd sterk op de directe sociale kring. De behoefte aan financiering is echter ook niet altijd groot door het aandeel zzp'ers en starters in de zakelijke dienstverlening.



# 1 Inleiding

Vrouwelijk en etnisch ondernemerschap dragen bij aan een grotere verscheidenheid in het ondernemerslandschap. Voorgaand onderzoek wees op ontwikkelingen binnen de domeinen van vrouwelijk en etnisch ondernemerschap. Beide groepen zijn bijvoorbeeld meer gaan ondernemen waardoor hun economische betekenis toeneemt. Verder is een sterkere spreiding over sectoren ontstaan. Allochtonen ondernemen bijvoorbeeld niet langer overwegend in traditionele sectoren, zoals de detailhandel en de horeca.

## *Doel van de Monitor Vrouwelijk en Etnisch ondernemerschap*

De Monitor Vrouwelijk en Etnisch Ondernemerschap 2010 geeft een reëel en eigentijds beeld van het ondernemerschap binnen deze groepen. De monitor geeft inzicht in de ontwikkelingen en stand van zaken. De ontwikkelingen en stand van zaken worden kwantitatief en kwalitatief in kaart gebracht. Het beeld dat ontstaat moet een basis bieden voor de beoordeling of beleidsaanpassingen nodig zijn.

## *Leeswijzer*

De Monitor bestaat uit twee delen, Deel A en Deel B. Deel A gaat in op vrouwelijk ondernemerschap. Cijfermatige gegevens schetsen een beeld van de ontwikkelingen en stand van zaken in het vrouwelijk ondernemerschap, de kenmerken van vrouwelijk ondernemerschap, en het gedrag en prestaties van vrouwelijk ondernemers. De achtergronden van vrouwelijk ondernemerschap wordt meer beschrijvend in beeld gebracht. Het cijfermatige deel is een reflectie van (bewerkte) cijfers van het Centraal Bureau van de Statistiek (CBS), de Kamer van Koophandel (KvK) en een enquête onder vrouwelijke ondernemers. Het beschrijvende deel over de achtergronden van vrouwelijk ondernemerschap is de uitkomst van een groepsdiscussie met meerdere vrouwelijke ondernemers.

Deel B van de Monitor gaat in op etnisch ondernemerschap. De ontwikkelingen en stand van zaken van etnisch ondernemerschap worden geschetst aan de hand van cijfermatige gegevens afkomstig van het CBS en de KvK. De kenmerken van etnisch ondernemerschap, alsmede het gedrag, de prestaties en de achtergronden van vrouwelijk ondernemerschap worden beschreven met face-to-face interviews en een groepsdiscussie als bron.

In de Monitor zijn 4 uitgebreide interviews opgenomen. Twee interviews met succesvolle vrouwelijke ondernemers en twee interviews met succesvolle etnische ondernemers. Deze interviews zijn apart opgenomen in de respectievelijke delen aan het einde van Hoofdstuk 3, Hoofdstuk 5, Hoofdstuk 9 en Hoofdstuk 11.



## 2 Inleiding Deel A: Vrouwelijk ondernemerschap

Deel A van de Monitor geeft een cijfermatig en kwalitatief beeld van de ontwikkelingen en de stand van zaken van vrouwelijk ondernemerschap. Hoofdstuk 3 bevat cijfermatige informatie hoofdzakelijk afkomstig van bronnen van het CBS en de KvK. In dit hoofdstuk staat de vergelijking van vrouwelijk en mannelijk ondernemerschap centraal. De onderwerpen:

- de omvang van vrouwelijk ondernemerschap
- de ondernemersquote
- vrouwelijke starters
- uitkeringstarters
- winstcijfers van vrouwelijke ondernemers.

In Hoofdstuk 4 tot en met 6 wordt er dieper ingegaan op vrouwelijk ondernemerschap. Dit gebeurt aan de hand van gegevens die voortkomen uit een representatieve enquête gehouden onder 674 vrouwelijke ondernemers. Achtereenvolgens wordt ingegaan op:

- de kenmerken van vrouwelijk ondernemerschap
- het gedrag van vrouwelijke ondernemers
- de prestaties van vrouwelijke ondernemers

De gegevens afkomstig uit de enquête worden in enkele gevallen vergeleken met cijfers afkomstig uit andere bronnen om de betreffende resultaten te duiden. Dit gebeurt aan de hand van bronnen die vergelijkbare gegevens soms op een iets andere wijze hebben verkregen. In dit rapport wordt geëxpliciteerd hoe die gegevensverzameling afwijkt van de dataverzameling in dit rapport en wat dit betekent voor de vergelijking of duiding van de gegevens in dit rapport. De vergelijkingsbronnen staan ook steeds vermeld in een voetnoot.

Hoofdstuk 7 is het product van een groepsbijeenkomst waarin vrouwelijke ondernemers een toelichting hebben gegeven op de achtergronden van vrouwelijk ondernemerschap. Zij hebben tijdens de bijeenkomst gediscussieerd over de specifieke aspecten van vrouwelijk ondernemerschap, zowel vanuit hun dagelijkse praktijk als vanuit hun visie op vrouwelijk ondernemerschap.

Deel A van de Monitor is gelardeerd met twee interviews waarin succesvolle vrouwelijke ondernemers worden beschreven. Zij vertellen onder andere over hun ambities en achtergrond. Deze interviews zijn te vinden aan het einde van Hoofdstuk 3 en Hoofdstuk 5.





## 3 Ontwikkeling en stand van zaken

### 3.1 Inleiding

De ontwikkeling en stand van zaken van vrouwelijk ondernemerschap wordt in dit hoofdstuk cijfermatig in kaart gebracht. Centraal staat steeds de vergelijking tussen vrouwelijk en mannelijk ondernemerschap. Deze vergelijking wordt gemaakt op basis van de volgende 5 indicatoren:

- 1 Omvang
- 2 Ondernemersquote
- 3 Winstcijfers
- 4 Starters
- 5 Starters vanuit een uitkering

In de volgende paragrafen worden de resultaten voor de boven opgesomde indicatoren beschreven. Naast de vergelijking tussen vrouwelijk en etnisch ondernemerschap wordt deze vergelijking soms ook gemaakt per sector of per leeftijdscategorie. Bij de ene indicator is 2007 het meest recente jaar en bij andere indicatoren is dit 2008 of 2009. Daar waar mogelijk zijn prognoses gemaakt voor de jaren 2008 en 2009 op basis van CBS data. Dat de cijfers van het CBS niet verder gaan dan 2007 betekent dat het rapport slechts beperkt inzicht biedt in de gevolgen van de crisis.

### 3.2 Omvang vrouwelijk ondernemerschap

Nederland telt in 2009 een groter aantal ondernemers dan in 2000 (toename van 13,6%), maar het aandeel van vrouwen is in de jaren min of meer gelijk gebleven (inmiddels 32% van alle ondernemers). Vrouwen ondernemen weinig in de bouwsector en zijn ten opzichte van mannen sterk gericht op de sector zorg, openbaar bestuur en onderwijs alsmede de overige dienstverlening.

Tabel 1 toont het aantal ondernemers<sup>1</sup> opgesplitst naar geslacht. In de tabel is te zien dat vrouwen minder vaak ondernemen dan mannen. Wel is zowel mannelijk als vrouwelijk ondernemerschap groeiende in absolute zin: in 2007 zijn er bijvoorbeeld 41.000 meer vrouwelijke ondernemers dan in 2000. Het aandeel van vrouwelijk ondernemers in de totale populatie ondernemers blijft de laatste jaren echter zeer stabiel op 31% à 32%.

Tabel 1 Aantal ondernemers naar geslacht, 2000 tot en met 2007, aangevuld met prognoses voor 2008 en 2009 (aantal personen x 1000)

	<i>Vrouwen</i>	<i>Mannen</i>	<i>Aandeel vrouwen</i>	<i>Totaal</i>
2000	301	656	32%	957
2001	302	668	32%	970
2002	300	668	32%	969
2003	302	669	32%	971
2004	295	653	32%	948
2005	304	665	32%	969
2006	326	713	32%	1.039
2007	342	745	32%	1.088
2008*	341	758	31%	1.100
2009*	348	739	32%	1.087

Bron: EIM, op basis van CBS, \*) prognoses<sup>2</sup>

In Tabel 2 wordt de sectorverdeling naar geslacht weergegeven voor de jaren 2000 en 2007. De sectorverdeling van vrouwelijke ondernemers ten opzichte van

<sup>1</sup> Als definitie van ondernemerschap geldt: alle eigenaren van bedrijven die tevens het bedrijf leiden en waarbij ondernemerschap voor de betreffende personen de hoofdactiviteit is. Onder deze definitie vallen derhalve zowel zelfstandigen van niet-rechtspersonen, als directeur/grotaandeelhouders (dga's) van rechtspersonen.

<sup>2</sup> De prognoses in deze rapportage zijn opgesteld aan de hand van het EIM-inkomensrekenmodel BRUNET. De cijfermatige basis van dit model wordt gevormd door data uit het Inkomenspanelonderzoek van het CBS, waarin gedetailleerde inkomensgegevens vanuit verschillende fiscale administraties zijn opgenomen. In BRUNET is de relevante belastingwetgeving verwerkt tot het huidige jaar. Daarnaast wordt gewerkt met de beleidsaannames die het CPB hanteert. Voor een nadere toelichting zie bijvoorbeeld BRUNET 2003, te downloaden op [www.ondernemerschap.nl](http://www.ondernemerschap.nl) (onder publicaties). De dataset, die de uitkomsten bevat van de berekeningen die met BRUNET zijn uitgevoerd, wordt aangeduid met de naam 'inkomens van ondernemers' (ook beschikbaar op [www.ondernemerschap.nl](http://www.ondernemerschap.nl), onder datasets).

de sectorverdeling van mannelijke ondernemers is in de periode 2000 tot en met 2007 tamelijk stabiel gebleven. Vrouwen zijn ondervertegenwoordigd in de bouwnijverheid. Daar staat tegenover dat vrouwen relatief vaak ondernemen in de sector overige dienstverlening en de sector zorg, openbaar bestuur en onderwijs. In absolute zin ondernemen vrouwen vaak in de sector handel en reparatie. In deze sector zijn vrouwen ook licht oververtegenwoordigd.

Tabel 2 Sectorverdeling naar geslacht, 2000 en 2007

<i>Sector</i>	<i>Vrouwen</i>	<i>Mannen</i>	<i>Verhouding v/m</i>	<i>Totaal</i>
<i>2000</i>				
landbouw/visserij	14%	17%	0,82	16%
delfstoffen/industrie/energie	5%	6%	0,83	6%
bouwnijverheid	4%	11%	0,36	9%
handel en reparatie	24%	22%	1,09	23%
horeca	7%	6%	1,17	6%
vervoer, opslag en communicatie	3%	5%	0,60	5%
financiële instellingen	2%	2%	1,00	2%
zakelijke dienstverlening etc.	16%	18%	0,89	18%
zorg, openb. bestuur, onderwijs	10%	6%	1,67	7%
overige dienstverlening etc.	15%	7%	2,14	9%
totaal	100%	100%	1,00	100%
<i>2007</i>				
landbouw/visserij	10%	12%	0,83	11%
delfstoffen/industrie/energie	4%	5%	0,80	5%
bouwnijverheid	4%	14%	0,29	11%
handel en reparatie	20%	18%	1,11	19%
horeca	6%	5%	1,20	5%
vervoer, opslag en communicatie	3%	4%	0,75	4%
financiële instellingen	4%	7%	0,57	6%
zakelijke dienstverlening etc.	20%	22%	0,91	22%
zorg, openb. bestuur, onderwijs	12%	5%	2,40	7%
overige dienstverlening etc.	17%	7%	2,43	10%
totaal	100%	100%	1,00	100%

Bron: EIM, op basis van CBS.

Ondernemers zijn in de periode 2000 tot en met 2007 gemiddeld genomen wat ouder geworden. In 2007 behoren ondernemers wat vaker tot de categorie 45+ dan in 2000, zoals is te zien in Tabel 3. Deze verschuiving heeft plaats bij zowel vrouwen als mannen.

Tabel 3 Leeftijdsverdeling ondernemers naar geslacht, 2000 en 2007

<i>Leeftijdsklasse</i>	<i>Vrouwen</i>	<i>Mannen</i>	<i>Totaal</i>
<i>2000</i>			
tot en met 24	2%	3%	2%
25 - 44	51%	48%	49%
45 - 64	44%	44%	44%
65+	2%	5%	4%
Totaal	100%	100%	100%
<i>2007</i>			
tot en met 24	2%	2%	2%
25 - 44	46%	44%	45%
45 - 64	49%	47%	47%
65+	4%	6%	5%
Totaal	100%	100%	100%

*Bron: EIM, op basis van CBS.*

### 3.3 Ondernemersquote van vrouwelijke ondernemers

Het aandeel ondernemers binnen de vrouwelijke beroepsbevolking is in de periode 2000-2009 stabiel op 6%. Bij mannen ligt de ondernemersquote in dezelfde periode twee keer zo hoog. Dit verschil tussen mannen en vrouwen is consequent terug te zien binnen alle leeftijdscategorieën van de beroepsbevolking.

Van de vrouwelijke potentiële beroepsbevolking is ongeveer 6 op de 100 ondernemer. Zoals weergegeven in Tabel 4 geldt dit grofweg voor de hele periode 2000 tot en met 2007. Binnen de mannelijke beroepsbevolking kiezen mannen twee keer zo vaak voor het ondernemerschap. Bij hen ligt de ondernemersquote rond de 12%. Sinds 2006 is de mannelijke ondernemersquote gestegen naar 13%.

Tabel 4 Ondernemersquote<sup>1</sup> naar geslacht, 2000 tot en met 2007, aangevuld met prognoses voor 2008 en 2009

	<i>Vrouwen</i>	<i>Mannen</i>	<i>Totaal</i>
2000	6%	12%	9%
2001	6%	12%	9%
2002	6%	12%	9%
2003	6%	12%	9%
2004	5%	12%	9%
2005	6%	12%	9%
2006	6%	13%	9%
2007	6%	13%	10%
2008*	6%	14%	10%
2009*	6%	13%	10%

Bron: EIM, op basis van CBS. \*) prognoses

<sup>1</sup> De ondernemersquote verwijst naar het percentage ondernemers van de potentiële beroepsbevolking

Als de ondernemersquote wordt opgedeeld naar meerdere leeftijdsklassen, zoals in Tabel 5, dan blijkt dat de mannelijke ondernemersquote heel stabiel twee keer zo hoog is als de vrouwelijke ondernemersquote binnen verschillende leeftijdscategorieën. Dit was zo in 2000 en is in 2007 nog steeds van toepassing.

Tabel 5 Ondernemersquote per leeftijdsklasse naar geslacht, 2000 en 2007

<i>Leeftijdsklasse</i>	<i>Vrouwen</i>	<i>Mannen</i>	<i>Totaal</i>
<i>2000</i>			
15 en met 24	1%	2%	1%
25 - 44	6%	12%	9%
45 - 64	7%	15%	11%
Totaal	6%	12%	9%
<i>2007</i>			
15 en met 24	1%	2%	1%
25 - 44	7%	14%	10%
45 - 64	8%	16%	12%
Totaal	6%	13%	10%

*Bron: EIM, op basis van CBS.*

### 3.4 Winst uit de onderneming van vrouwelijke ondernemers

Het winstniveau van vrouwelijke ondernemers ligt in 2000 lager dan dat van mannen. De gemiddelde winst ligt in 2000 op 60% van het gemiddelde winstniveau van mannen. Dit niveauverschil is in de loop der jaren iets toegenomen. De gemiddelde winst van vrouwen ligt in 2009 op 58% van het winstniveau van mannen. Wel is er een stijging waarneembaar in de absolute gemiddelde winst.

Uit Tabel 6 blijkt dat de gemiddelde jaarwinst van vrouwelijke ondernemers substantieel lager ligt dan die van mannelijke ondernemers. De verhouding vrouw/man ligt in het jaar 2000 bijvoorbeeld op 0,6. Deze verhouding is de winst van vrouwen gedeeld door de winst van mannen. In het jaar 2000 is dit bijvoorbeeld 17.800 euro gedeeld door 29.800 euro.

Er is een stijging in de absolute gemiddelde winst zichtbaar voor zowel vrouwelijke als mannelijke ondernemers. De relatieve toename in winst voor vrouwen blijft wel achter bij die van de mannelijke ondernemers: de verhouding vrouwen/mannen ligt in het jaar 2007 op 0,58.

Tabel 6 Gemiddelde winst van ondernemers naar geslacht, 2000 tot en met 2007, aangevuld met prognoses voor 2008 en 2009 (x1000 euro)

	<i>Vrouwen</i>	<i>Mannen</i>	<i>verhouding v/m</i>	<i>Totaal</i>
2000	17,8	29,8	0,60	26,0
2001	17,0	28,5	0,60	24,9
2002	17,5	29,7	0,59	26,0
2003	17,4	30,1	0,58	26,2
2004	18,0	31,3	0,58	27,2
2005	18,7	32,7	0,57	28,3
2006	21,4	37,2	0,58	32,3
2007	22,2	38,4	0,58	33,3
2008*	22,5	38,8	0,58	33,7
2009*	19,2	33,2	0,58	28,8

Bron: EIM, op basis van CBS. \*) prognoses

Uit Tabel 7 blijkt dat de gemiddelde winst van vrouwelijke ondernemers in alle sectoren achterblijft bij de winst van mannelijke ondernemers. Opvallend zijn de grote verschillen in de sectoren financiële instellingen en zorg, openbaar bestuur en onderwijs.

Tabel 7 Gemiddelde winst ondernemers per sector naar geslacht, 2000 en 2007 (x1000 euro)

<i>Sector</i>	<i>Vrouwen</i>	<i>Mannen</i>	<i>Verhouding v/m</i>	<i>Totaal</i>
<i>2000</i>				
landbouw/visserij	18,0	24,8	0,73	22,9
delfstoffen/industrie/energie	16,7	29,7	0,56	26,1
bouwnijverheid	19,3	32,1	0,60	30,2
handel en reparatie	17,0	26,8	0,63	23,5
horeca	18,7	23,5	0,80	21,6
vervoer, opslag en communicatie	16,6	18,3	0,91	17,9
financiële instellingen	24,4	40,5	0,60	36,3
zakelijke dienstverlening etc.	19,4	30,6	0,63	27,3
zorg, openb. bestuur, onderwijs	25,5	61,1	0,41	45,1
overige dienstverlening etc.	10,6	18,3	0,58	14,4
<b>totaal</b>	<b>17,8</b>	<b>29,8</b>	<b>0,60</b>	<b>26,0</b>
<i>2007</i>				
landbouw/visserij	17,2	24,7	0,70	22,6
delfstoffen/industrie/energie	21,7	38,3	0,57	34,0
bouwnijverheid	22,0	35,8	0,61	34,4
handel en reparatie	19,4	31,8	0,61	27,7
horeca	22,5	27,5	0,82	25,6
vervoer, opslag en communicatie	24,1	30,9	0,78	29,3
financiële instellingen	30,9	61,3	0,50	55,4
zakelijke dienstverlening etc.	27,0	44,0	0,61	39,0
zorg, openb. bestuur, onderwijs	33,0	75,6	0,44	54,4
overige dienstverlening etc.	13,0	23,3	0,56	17,7
<b>totaal</b>	<b>22,2</b>	<b>38,4</b>	<b>0,58</b>	<b>33,3</b>

Bron: EIM, op basis van CBS.



In Tabel 8 is de gemiddelde winst per leeftijdsklasse weergegeven. Hieruit volgt dat gemiddelde winst in de leeftijdsklasse 45 tot en met 64 jaar het hoogst is voor zowel vrouwelijke als mannelijke ondernemers.

Tabel 8 Gemiddelde winst ondernemers per leeftijdsklasse naar geslacht, 2000 en 2007 (x1000 euro)

<i>Leeftijdsklasse</i>	<i>Vrouwen</i>	<i>Mannen</i>	<i>Verhouding v/m</i>	<i>Totaal</i>
<i>2000</i>				
tot en met 24	8,4	13,6	0,62	12,3
25 - 44	16,4	27,7	0,59	24,0
45 - 64	20,2	34,0	0,59	29,7
65+	12,2	21,3	0,57	19,8
Totaal	17,8	29,8	0,60	26,0
<i>2007</i>				
tot en met 24	9,5	16,2	0,59	14,5
25 - 44	21,6	37,0	0,58	32,0
45 - 64	23,8	42,9	0,55	36,7
65+	15,8	23,7	0,67	22,0
Totaal	22,2	38,4	0,58	33,3

*Bron: EIM, op basis van CBS.*

In Tabel 8 wordt de winstgevendheid van vrouwelijke en mannelijke ondernemers in de jaren 2000 en 2007 beschreven in termen van gemiddelde winst. Deze gemiddelde winst zegt echter niets over het aandeel ondernemers dat winstgevend is (ongeacht de mate waarin). Voor een verdere duiding van de cijfers in Tabel 8 is het wellicht verhelderend om inzicht te hebben in het aandeel vrouwelijke ondernemers dat winstgevend is. Uit de enquête onder vrouwelijke ondernemers, waarvan de resultaten verderop in het rapport worden besproken (zie Tabel 26), blijkt dat 70% van de vrouwelijke ondernemers een winstgevend onderneemt.

### 3.5 Vrouwelijke starters

Er is een positieve trend te zien in het aandeel vrouwen dat een onderneming start. Was in 2000 nog een kwart van de starters een vrouw, in 2009 gaat het om 35% van de starters. Als deze trend zich voortzet zal het aandeel vrouwen in de totale ondernemerspopulatie kunnen toenemen. Vrouwen starten nog wel relatief veel in de traditionele sectoren, zoals de zorg (3,7 keer zo vaak als mannen) en overige dienstverlening (2,8 keer zo vaak als mannen). Daarnaast starten vrouwen vaak in de handel en reparatie. Hoewel vrouwen ook vrij vaak starten in de zakelijke dienstverlening (18%) doen zij dit minder vaak dan mannen (25%).

In de periode 2000 tot en met 2009 is het aantal startende vrouwelijke ondernemers toegenomen van ruim 17.500 tot ruim 36.000 (zie Tabel 9). Het aandeel van de vrouwelijke starters in het totaal aantal starters steeg over dezelfde periode van 25% naar 35%. De invloed van de economische recessie lijkt merkbaar aan het aantal starters dat in 2009 lager ligt dan in 2008. Desondanks ligt het aantal vrouwelijke starters in 2009 ruim twee keer zo hoog als in het jaar 2000.

Tabel 9 Aantal startende ondernemers naar geslacht, 2000-2009

<i>Jaar</i>	<i>Vrouwen</i>	<i>Mannen</i>	<i>Aandeel vrouwen</i>	<i>Totaal</i>
2000	17.570	52.430	25%	70.000
2001	16.313	46.188	26%	62.500
2002	16.638	42.362	28%	59.000
2003	17.488	40.612	30%	58.100
2004	21.879	48.021	31%	69.900
2005	25.824	54.876	32%	80.700
2006	28.382	61.719	32%	90.100
2007	32.983	68.817	32%	101.800
2008	37.268	70.132	35%	107.400
2009	36.191	68.710	35%	104.900

Bron: EIM, op basis van KvK

Tabel 10 laat zien dat de meeste vrouwelijke ondernemers een bedrijf starten in de sectoren overige dienstverlening en handel en reparatie. De verhouding vrouwen/mannen laat zien dat vooral in de sector zorg, openbaar bestuur en onderwijs en de sector overige dienstverlening meer vrouwen dan mannen een bedrijf starten.

Tabel 10 Percentage startende ondernemers naar geslacht en sector, 2007

<i>Sector</i>	<i>Vrouwen</i>	<i>Mannen</i>	<i>Verhouding v/m</i>	<i>Totaal</i>
<i>2007</i>				
landbouw/visserij	1%	3%	0,42	3%
delfstoffen/industrie/energie	3%	7%	0,47	6%
bouwnijverheid	1%	24%	0,04	17%
handel en reparatie	21%	17%	1,24	18%
horeca	4%	3%	1,36	3%
vervoer, opslag en communicatie	2%	4%	0,44	3%
financiële instellingen	0%	1%	0,32	1%
zakelijke dienstverlening etc.	18%	25%	0,72	22%
zorg, openb. bestuur, onderwijs	14%	4%	3,66	7%
overige dienstverlening etc.	35%	13%	2,80	20%
totaal	100%	100%	1,00	100%

*Bron: EIM, op basis van KvK*

### 3.6 Vrouwelijke uitkeringstarters

Het aantal uitkeringstarters is toegenomen in de periode 2002-2007 van 5.162 tot 10.583. Het aandeel vrouwelijke uitkeringstarters is ook toegenomen in die periode van 27% tot en met bijna een derde deel (32%) van het aantal uitkeringstarters. Vrouwen hebben een aandeel van ongeveer een derde in zowel de bijstand, als de WW en de WAO (of, sinds 2005, WIA). Verder zijn vrouwelijke uitkeringstarters doorgaans wat jonger dan mannelijke uitkeringstarters. Ze zijn sterk vertegenwoordigd in de leeftijdscategorie van 25 tot en met 44 jaar.

Tabel 11 laat de ontwikkeling zien van het aantal starters vanuit een uitkering<sup>1</sup>. Het totaal aantal starters vanuit een uitkering is in de periode tussen 2002 en 2007 meer dan verdubbeld. Het aantal vrouwen dat vanuit een uitkering een bedrijf is gestart is in deze periode in verhouding tot de mannen sterker gestegen. Het aandeel van de vrouwen in de totale populatie uitkeringsstarters is in de periode 2002-2007 gestegen van 27% naar 32%. Vooral het aantal starters vanuit een werkloosheidsuitkering (WW) laat bij de vrouwelijke starters een grote toename zien. Als het vrouwelijke aantal uitkeringstarters (Tabel 11) wordt afgezet tegen het totale aantal vrouwelijke starters (Tabel 9) dan ligt dit percentage in 2002 op 8,4 en in 2007 op 10,3.

Tabel 11 Ontwikkeling aantal starters vanuit een uitkering naar type uitkering en geslacht, 2002 en 2007

Type uitkering	Vrouwen	Mannen	Aandeel vrouwen	Totaal
2002				
Arbeidsongeschiktheidsuitkering (WAO)	650	1.936	25%	2.586
WW	375	1.197	24%	1.572
Bijstand	374	630	37%	1.004
Totaal	1.399	3.763	27%	5.162
2007				
Arbeidsongeschiktheidsuitkering (WAO/WIA)	828	1.800	32%	2.628
WW	1.848	3.815	33%	5.663
Bijstand	753	1.539	33%	2.292
Totaal	3.429	7.154	32%	10.583

Bron: EIM, op basis van CBS

<sup>1</sup> In deze Monitor wordt onder een uitkeringstarter het volgende verstaan: iemand heeft in jaar t voornamelijk inkomen uit een uitkering. In jaar t+1 haalt deze persoon het inkomen voornamelijk uit een onderneming.

Van de vrouwen die vanuit een uitkering een bedrijf starten, behoort een steeds groter gedeelte tot de leeftijdscategorie van 25-44 jaar (zie Tabel 12). Ook bij de mannen is in de periode 2002-2007 een verschuiving waar te nemen van een meerderheid in de leeftijdscategorie 45-64 naar de leeftijdscategorie 25-44, waardoor het relatief jonge karakter van de populatie vrouwelijke uitkeringsstarters iets is afgenomen.

Tabel 12 Onderverdeling starters vanuit een uitkering naar leeftijd en geslacht, 2002 en 2007

<i>Leeftijdsklasse</i>	<i>Vrouwen</i>	<i>Mannen</i>	<i>Verhouding v/m</i>	<i>Totaal</i>
<i>2002</i>				
tot en met 24	1%	1%	1	1%
25 - 44	60%	41%	1,46	46%
45 - 64	38%	56%	0,68	51%
65+	1%	2%	0,50	2%
Totaal	100%	100%	1	100%
<i>2007</i>				
tot en met 24	1%	1%	1	1%
25 - 44	63%	53%	1,19	57%
45 - 64	35%	44%	0,80	41%
65+	1%	2%	0,50	1%
Totaal	100%	100%	1	100%

Bron: EIM, op basis van CBS



## **Cindy van Laar**

**Geboren in Den Haag op 24 december 1976**

**Ouders uit Indonesië**

**Directeur/oprichter van CVL Creating Valuable Links, met nu 10 werknemers**

**“Baas over eigen agenda!”**

---

Na de HAVO gaat Cindy aan het werk, als secretaresse bij een advocatenkantoor. Vandaar stapt ze over naar KPMG. De officemanager op het hoofdkantoor ziet onderbenut potentieel, en spoort haar aan verder te studeren. Ze kiest voor HBO Marketing en Communicatie. Het is de opstap naar een functie als projectmanager bij KPMG. Maar contact met mensen is haar sterke punt, en sales trekt haar. Ze gaat naar een groot bedrijf in copiers. Dat blijkt echter niet de sales die ze zoekt: ze mist er ‘gevoel en emotie’.

Cindy trouwt in deze periode, en haar eerste kind wordt geboren. Ze besluit te stoppen met werk, en wijdt zich met veel overgave aan haar baby. Tot het weer gaat kriebelen, en ze op zoek gaat naar een nieuwe uitdaging. Een neef op bezoek vraagt waarom ze niet voor zichzelf begint. Ze ziet hele families beren op die weg, maar laat zich uiteindelijk door man en neef overhalen tot inschrijving bij de KvK. Die avond belt ze een vriend met een eigen adviesbureau: ‘ik ben weer in de markt’. De volgende ochtend belt hij terug: hij heeft een klus van een paar maanden bij een beursgenoteerde onderneming voor haar. Daarmee maakt CVL (projectmanagement en consultancy), een vliegende start. Het is dan zomer 2005.

Eigenlijk moet het wèl blijven bij twee dagen per week. Maar de telefoon blijft gaan en Cindy krijgt het steeds drukker. Er komen voortdurend mensen bij, en twee jaar later staat ze aan het hoofd van een onderneming met 18 mensen. Dan komt de stress, van hoe dat allemaal te managen: tot nu toe het is allemaal aan komen waaien. ‘Er was geen focus, geen missie, geen strategie’. Cindy’s broer is accountant en komt bij CVL werken. Hij zorgt voor meer structuur en organisatie. Maar drie jaar later komt er een ‘offer he cannot refuse’, en is hij weg. Ze staat er weer alleen voor. Maar in de tussentijd heeft ze wèl een hoop van hem geleerd.

Het gaat natuurlijk ook wel eens mis. Zo vraagt de accountant naar een belastingverplichting die nog nooit voldaan blijkt te zijn: nalatigheid van de eigen boekhouder. Er moet per direct een flink bedrag op tafel worden gelegd. Met kunst, vliegwerk en hoofdpijn lukt dat uiteindelijk. Het is wèl weer een leermoment. Sindsdien doet haar office manager de eerstelijnsboekhouding, en één of twee keer in de maand komt de externe boekhouder langs.

Netwerken, contacten met mensen leggen en onderhouden is nog steeds haar sterke kant, en een van de leuke dingen aan het werk. 'Voor mij staat plezier in het werk voorop. En baas zijn over je eigen agenda. Klanten wéten dat ze me desnoods 's avonds laat of 's ochtends vroeg kunnen bellen. Maar ze weten ook dat ik midden overdag wèg ben als de kinderen me nodig hebben!'. Minder leuk is personeelszaken: 'Daar ben ik te gevoelig voor. Ik weet dat ik het uiterste vraag van mijn medewerkers, en kan iemand niet ontslaan. Wie huilt krijgt salarisverhoging'. Ook personeelszaken laat ze daarom over aan haar officemanager.

Dan komt de crisis, met een krimpende markt en veel hongerige concurrenten. Er is voor minder mensen werk. Toch vallen er geen ontslagen: drie medewerksters gaan met zwangerschapsverlof, een vierde kiest voor een wereldreis: 'of het zo moest zijn'.

Is ondernemen anders voor vrouwen? 'Ik zie er niet uit als een zakenvrouw. Bij sommige klanten moet je je daarom eerst *bewijzen*. Mannen worden wèl iets eerder serieus genomen. Ook kiezen klanten soms conservatief voor *veilig*. Die zien vrouwen als een risico omdat ze als het er op aan komt voor hun kinderen kiezen'.

Waar staat CVL over vijf jaar? 'Ik zou het niet weten. Nog zelfstandig, of overgenomen door een grotere partij? Als ik dan nog steeds maar baas ben over mijn eigen agenda!'





## 4 Kenmerken

Vrouwelijke ondernemers zijn doorgaans hoog (42%) of middelbaar opgeleid (38%) en langer dan 5 jaar actief als ondernemer. De vrijheid van het 'eigen baas' zijn is iets dat hen in sterke mate trekt, 32% van de vrouwen noemt dit als primaire drijfveer. De helft van de ondernemers werkt minstens fulltime, dat wil zeggen, ten minste 36 uur. Het gemiddelde komt óók uit op 36 uur, omdat de helft die minder dan 36 uur werkt wordt gecompenseerd door een groot aantal dat (veel) meer werkt. Verder werken ze meestal (krap 70%) zonder zakelijke partners. Als er met een zakelijke partner wordt ondernomen dan is dit 2 op de 3 keer de levenspartner. Het ondernemerschap van vrouwen krijgt vorm in kleinschalige bedrijven: bijna 6 op de 10 vrouwelijke ondernemers werkt zonder personeel en bedrijven die uit 10 of meer werkzame personen bestaan komen ongeveer 1 op de 10 keer voor.

### 4.1 Inleiding

In de volgende hoofdstukken 4, 5 en 6 worden de uitkomsten behandeld van een enquête onder 674 vrouwelijke ondernemers. De steekproef is representatief naar sector en de resultaten geven daarmee een beeld van de totale populatie vrouwelijke ondernemers in Nederland. Hierna wordt, op basis van de resultaten van de enquête, achtereenvolgens ingegaan op de kenmerken van vrouwelijk ondernemerschap, gedrag (bijvoorbeeld innovatie) en prestaties (bijvoorbeeld omzetcijfers) van vrouwelijke ondernemers.

In Hoofdstuk 4 wordt ingegaan op de kenmerken van vrouwelijke ondernemers en de kenmerken van bedrijven van vrouwelijke ondernemers.

## 4.2 Ondernemer

### *Opleiding*

Ruim twee op de vijf vrouwelijke ondernemers heeft een hogere opleiding (HBO of WO). Eén op de vijf is lager opgeleid (hoogstens VMBO). Dit betekent dat 80% van de vrouwelijke ondernemers, middelbaar of hoger is opgeleid. Zie Tabel 13.

Tabel 13 Opleiding vrouwelijke ondernemers

<i>opleiding</i>	<i>percentage</i>
lager	20%
w.v. uitsluitend lager of basisonderwijs	1%
w.v. VMBO/LBO (leerlingwezen, huishoudschool, ambachtsschool)	8%
w.v. MAVO (MULO/ULO)	11%
middelbaar	38%
w.v. MBO (MTS, MEAO)	28%
w.v. HAVO/VWO/HBS/MMS/Gymnasium/Lyceum/Atheneum	10%
hoger	42%
w.v. HBO (HTS, HEAO, Sociale academie)	28%
w.v. WO (universiteit, Hogeschool, Post-HBO)	14%
totaal	100%

*Bron: EIM, 2010*

Om deze cijfers te duiden, kan er een vergelijking gemaakt worden met het opleidingsniveau van de totale populatie ondernemers in 2007<sup>1</sup>. Het percentage hoogopgeleiden lag lager (36%) dan bij vrouwelijke ondernemers. Vrouwelijke ondernemers zijn dus relatief hoog opgeleid. Het percentage met een middelbaar opleidingsniveau lag met 44% in de totale populatie ondernemers iets hoger dan bij de vrouwelijke ondernemers en het aandeel ondernemers dat lager opgeleid is, ligt op gelijk niveau (20%). Dit betekent dat vrouwelijke ondernemers relatief hoog opgeleid zijn en verhoudingsgewijs minder vaak middelbaar opgeleid zijn. Opgemerkt moet worden dat hier een vergelijking wordt gemaakt tussen het opleidingsniveau van vrouwelijke ondernemers in 2010 en het algemene opleidingsniveau van ondernemers in 2007, waardoor niet uitgesloten kan worden dat het gevonden verschil het gevolg is van de vergelijking van verschillende jaren. Het lijkt in ieder geval mogelijk om te concluderen dat het opleidingsniveau van vrouwelijke ondernemers niet achterblijft bij het opleidingsniveau van mannelijke ondernemers.

<sup>1</sup> Demografische aspecten van ondernemers-onderwijsniveau. EIM (2007).

### Hoe lang actief als ondernemer?

De populatie vrouwelijke ondernemers is vrij ervaren. Meer dan de helft van de vrouwelijke ondernemers is 10 jaar of langer actief als ondernemer. Ongeveer 1 op de 5 vrouwelijke ondernemers is korter dan 5 jaar actief als ondernemer.

Tabel 14 Periode actief als ondernemer

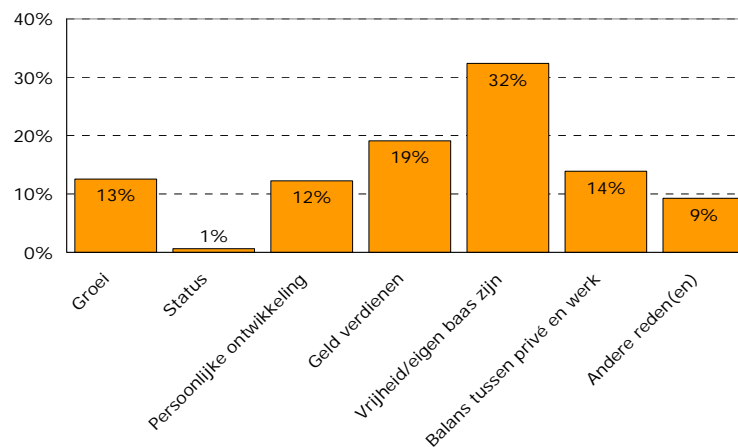
Lengte periode	Percentage	Jaren
minder dan 5 jaar	21%	
5 t/m 10 jaar	28%	
meer dan 10 jaar	51%	
totaal	100%	
gemiddeld aantal jaren actief als ondernemer		12,5

Bron: EIM, 2010

### Streven als ondernemer

Voor een meerderheid van de vrouwelijke ondernemers ligt het voornaamste streven als ondernemer in het persoonlijke vlak: vrijheid en eigen baas zijn (32%), persoonlijke ontwikkeling (12%) en het vinden van een balans tussen privé en werk (14%). Voor één op de drie staan groei en 'geld verdienen' voorop (bij elkaar 32%). Groei op zich is bij 13% het voornaamste streven. Andere redenen zijn vooral combinaties van redenen, bij respondenten die geen keuze willen of kunnen maken met betrekking tot hun primaire drijfveer. Voor het overige liggen die redenen grotendeels in het persoonlijke vlak: leuk werk, met plezier werken en dergelijke. Ook zijn er een aantal die het bedrijf van familie of echtgenoot voortzetten. Zie verder Figuur 1.

Figuur 1 Voornaamste streven als ondernemer



Bron: EIM, 2010

### 4.3 Bedrijf

#### *Hoe lang bestaat het bedrijf?*

Ruim de helft van de bedrijven bestaat al 10 jaar of meer. Eén op de vier à vijf bestaat minder dan vijf jaar, en is dus een startend bedrijf.

Tabel 15 Bestaansduur bedrijf

<i>Bestaansduur</i>	<i>Percentage</i>	<i>Jaren</i>
minder dan 5 jaar	22%	
5 t/m 10 jaar	26%	
meer dan 10 jaar	52%	
totaal	100%	
gemiddelde bestaansduur		17,9

*Bron: EIM, 2010*

#### *Aantal uren werkzaam in het bedrijf*

De helft van de ondernemers werkt minstens fulltime, dat wil zeggen, ten minste 36 uur. Het gemiddelde komt óók uit op 36 uur, omdat de helft die minder dan 36 uur werkt wordt gecompenseerd door een groot aantal dat (veel) meer werkt dan 36 uur.

Tabel 16 Aantal uren per week werkzaam als ondernemer

<i>Aantal uren</i>	<i>Percentage</i>	<i>Uren</i>
minder dan 12 uur p.w.	9%	
12 tot 20 uur p.w.	5%	
20 tot 36 uur p.w.	36%	
36 uur p.w. of meer	50%	
totaal	100%	
gemiddeld aantal uren		36,2

*Bron: EIM, 2010*

### *Zakelijke partners*

Ruim tweederde van de vrouwelijke ondernemers leidt de onderneming alleen, zonder zakelijke partner(s)<sup>1</sup>. Voorzover zakelijke partners aanwezig zijn gaat het er meestal om één. In tweederde van de gevallen is de zakelijke partner (of één van de zakelijke partners) de echtgenoot / levenspartner van de ondernemer. Zie verder Tabel 17.

Tabel 17 Zakelijke partners

<i>Zakelijke partner</i>	<i>percentage</i>
géén zakelijke partner; leidt bedrijf alleen	69%
heeft één of meer zakelijke partners	31%
w.v. één partner	25%
w.v. twee partners	3%
w.v. drie of meer partners	3%
heeft één of meer zakelijke partners <sup>2</sup>	
w.v. levenspartner	21%
w.v. familielid	4%
w.v. ander dan familielid	8%
totaal	100%

Bron: EIM, 2010

### *Aantal werkzame personen in het bedrijf*

Het merendeel van de bedrijven betreft zelfstandigen zonder personeel. Eén op de zeven vrouwelijke ondernemers heeft zes werkzame personen of meer in het bedrijf. Zie Tabel 18.

Tabel 18 Aantal werkzame personen

<i>Aantal</i>	<i>percentage</i>
één	58%
2 t/m 5	27%
6 t/m 9	5%
10 t/m 49	9%
50 of meer	1%
totaal	100%

Bron: EIM, 2010

<sup>1</sup> Uiteraard kan een ondernemer zonder zakelijke partner(s) wel gewoon personeel in dienst hebben.

<sup>2</sup> De percentages tellen hier op tot méér dan de 31% met zakelijke partner(s): voor respondenten met twee of meer zakelijke partners zijn meer keuzes mogelijk.



## 5 Gedrag

Meer dan de helft van de vrouwelijke ondernemers noemt zich innovatief over het afgelopen jaar. Men is vooral gericht op procesinnovaties (43%). Vrouwelijke ondernemers met groeiambitie hebben veel vaker vernieuwingen doorgevoerd dan degenen zonder die groeiambitie. Ook hebben hoger opgeleide ondernemers vaker vernieuwingen doorgevoerd dan laag opgeleide, en is dit bij ondernemingen met personeel vaker het geval dan bij ondernemingen zonder. Van de vrouwelijke ondernemers heeft 20% het afgelopen jaar nieuwe producten of diensten op de markt gebracht.

Vrouwelijke ondernemers maken meestal gebruik van een accountant (80%). Ze zijn niet met alle beschikbare fiscale faciliteiten even bekend, maar door het sterke leunen op de accountant is dit wellicht ook niet noodzakelijk. Vrouwen werken vrij weinig samen met andere ondernemers (25% vaker dan incidenteel) en 18% is gericht op internationaal ondernemen. De internationaal georiënteerde ondernemers wijken wel wat af van de andere ondernemers: ze zijn wat hoger opgeleid, en het streven naar de vrijheid van eigen baas zijn is minder vaak de primaire motivatie.

Krap de helft van de vrouwelijke ondernemers heeft groeiambities. Maar voor driekwart van deze groep geldt dat andere ambities, vooral het eigen baas zijn, nóg zwaarder wegen. Voor de nabije toekomst verwacht 1 op de 7 vrouwen continuïteitsproblemen. Deze ondernemers hebben ook opvallend vaak een financieringsbehoefte.

### 5.1 Inleiding

In Hoofdstuk 5 wordt ingegaan op de volgende aspecten:

- innovatie
- gebruik maken van ondersteuning
- samenwerking
- internationalisering
- toekomst van het bedrijf

## 5.2 Innovatie

Van de ondervraagde vrouwelijke ondernemers heeft 59% geïnnoveerd in de afgelopen 12 maanden (zie Tabel 19). Procesinnovatie -verbeteringen of vernieuwingen in bedrijfsprocessen- is de vorm van vernieuwing die het meest wordt genoemd, gevolgd door het bedienen van nieuwe klantgroepen of regio's. Eén op de vijf heeft nieuwe producten of diensten op de markt gebracht.

Vier op de tien vrouwelijke ondernemers heeft in het afgelopen jaar geen van deze vormen van vernieuwing doorgevoerd, één op de tien heeft ze alle drie doorgevoerd (zie Tabel 20).

Vrouwelijke ondernemers met groeiambitie hebben veel vaker vernieuwingen doorgevoerd dan degenen zonder die groeiambitie. Ook hebben hoger opgeleide ondernemers vaker vernieuwingen doorgevoerd dan laag opgeleide, en is dit bij ondernemingen met personeel vaker het geval dan bij ondernemingen zonder personeel: zie Figuur 2 op de volgende bladzijde.

Tabel 19 Vernieuwingen doorgevoerd in de afgelopen 12 maanden

<i>Vernieuwing</i>	<i>Percentage</i>
nieuwe producten of diensten op de markt gebracht	21%
nieuwe klantgroepen of gebieden gaan bedienen	30%
verbeteringen of vernieuwingen doorgevoerd in bedrijfsprocessen	43%
<b>totaal (minimaal 1 vorm van innovatie)</b>	<b>59%</b>

*Bron: EIM, 2010*

Tabel 20 Aantal vernieuwingen dat is doorgevoerd in de afgelopen 12 maanden

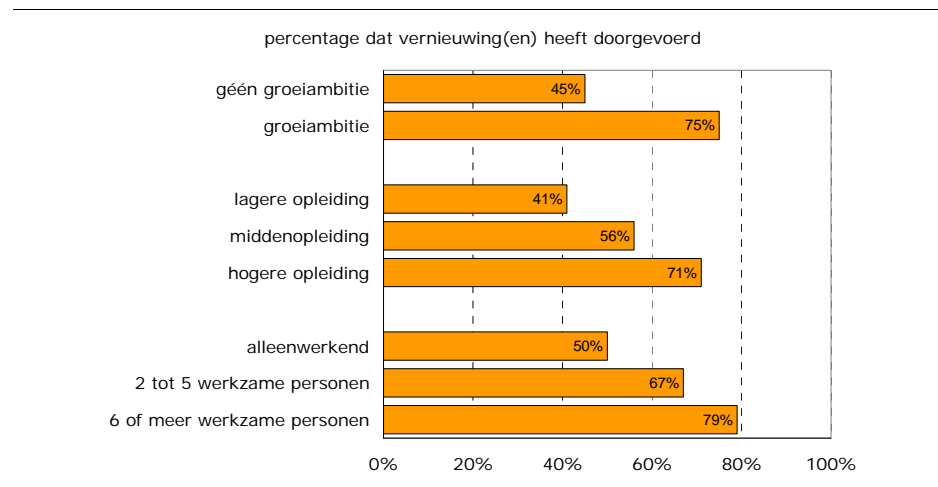
<i>Aantal vernieuwingen</i>	<i>Percentage</i>
alle drie vormen van vernieuwing genoemd	10%
twee van de drie genoemd	16%
één van de drie genoemd	33%
geen van de drie genoemd	41%
<b>totaal</b>	<b>100%</b>

*Bron: EIM, 2010*



In het totale MKB geeft 45% van de bedrijven aan dat zij in de afgelopen drie jaar verbeteringen aan de interne bedrijfsprocessen hebben doorgevoerd. Bijna een derde (31%) van de MKB-bedrijven heeft in de afgelopen *drie jaar* een nieuw product of dienst op de markt aangeboden<sup>1</sup>. Uit de enquête blijkt dat een kleiner percentage van de vrouwelijke ondernemers dergelijke vernieuwingen heeft doorgevoerd. Hier moet wel het verschil in vraagstelling in ogenschouw worden genomen. De vragen voor het totale MKB hadden betrekking op een langere periode waardoor de percentages hoger komen te liggen. Mogelijk worden de gevonden verschillen daarom geheel of gedeeltelijk verklaard doordat de vrouwelijke ondernemers alleen is gevraagd naar de innovaties van *het afgelopen jaar*. Uit de vergelijking kan wel worden opgemaakt dat vrouwelijke ondernemers qua innovativiteit niet veel lijken af te wijken van het gemiddelde.

Figuur 2 groeiambitie, opleiding en bedrijfsomvang gerelateerd aan innovativiteit



Bron: EIM, 2010

<sup>1</sup> Gegevens voor het hele MKB zijn afkomstig uit de Monitor Bedrijfsprestaties MKB, EIM, Zoetermeer (2010).

### 5.3 Ondersteuning

#### *Advies gevraagd*

Verreweg de belangrijkste bron van adviezen is de eigen accountant of (externe) boekhouder. Dit spoort met andere onderzoeken naar adviestrajecten in het MKB. Zo blijkt uit de financieringsmonitor<sup>1</sup> dat ruim 60% van de bedrijven die financiering hebben aangevraagd gebruikmaken van de boekhouder of accountant. De Kamer van Koophandel en belastingdienst worden ook nog genoemd door één op de vier of vijf vrouwelijke ondernemers. 9% van de ondernemers heeft advies gevraagd bij een ondernemersvereniging. Alle andere bronnen krijgen minder dan 4% van de stemmen. Zie Tabel 21.

Tabel 21 Bronnen van advies

<i>Adviesbron</i>	<i>percentage</i>
accountant / boekhouder	80%
belastingdienst	24%
Kamer van Koophandel	20%
ondernemersvereniging	9%
familie, vrienden of kennissen	3%
Syntens	2%
formele ondernemersorganisatie of ondernemersnetwerk	1%
géén advies gevraagd	10%

*Bron: EIM, 2010*

<sup>1</sup> Ro Braaksma en Lia Smit, *Financieringsmonitor MKB. Het financieringsklimaat van juli 2010. Resultaten van de kwartaalmeting*, EIM, Zoetermeer, augustus 2010

### *Bekendheid met fiscale faciliteiten*

Van de verschillende fiscale aftrekmogelijkheden zijn zelfstandigenaftrek, startersaftrek, investeringsaftrek en fiscale oudedagsreserve bekend bij meer dan de helft van de vrouwelijke ondernemers, met de zelfstandigenaftrek als best bekende. Slechts 14% kent geen van de genoemde fiscale faciliteiten. Gegeven de in de vorige tabel naar voren komende rol van de accountant en/of boekhouder als adviseur is het echter de vraag of dit reden voor bezorgdheid is. Zie verder Tabel 22.

Tabel 22 Bekendheid met fiscale faciliteiten

<i>Fiscale faciliteit</i>	<i>percentage</i>
zelfstandigenaftrek	79%
startersaftrek	69%
investeringsaftrek	59%
fiscale oudedagsreserve	52%
meewerkaftrek	38%
géén van de genoemde fiscale faciliteiten	14%

*Bron: EIM, 2010*

### *Gebruik subsidies*

Van de respondenten heeft 8% het afgelopen jaar gebruik gemaakt van subsidies. Die kwamen in vrijwel gelijke mate van rijk, provincie en gemeente (elk ruim 1%), en daarnaast van een veelheid aan andere instanties: scholingsfondsen, UWV en dergelijke. Agentschap NL (voorheen SenterNovem) wordt in enkele gevallen genoemd. De doelen van de subsidies zijn zo divers dat er nauwelijks duidelijke categorieën in te ontdekken vallen: voorbeelden zijn scholing, starterssubsidie, roetfilter, verbouwing en milieu.

#### 5.4 Samenwerking

Ruim een kwart van de respondenten werkt meer dan incidenteel samen met andere bedrijven. Maar ruim tweederde werkt in het geheel niet samen. Zie verder Tabel 23.

Tabel 23 Samenwerking met andere ondernemers zoals samenwerken aan opdrachten of productontwikkeling

<i>Mate van samenwerking</i>	<i>Percentage</i>
werkt regelmatig samen	16%
werkt af en toe samen	11%
werkt nauwelijks samen	3%
werkt niet samen	70%
totaal	100%

*Bron: EIM, 2010*

## 5.5 Internationalisering

### *Internationaal ondernemen*

Uit recent onderzoek onder MKB ondernemers blijkt dat 38% van hen internationaal actief is geweest in de afgelopen drie jaar<sup>1</sup>. Dit wil zeggen dat zij zich bezighouden, of hebben gehouden, met één of meer van de volgende activiteiten: export, import, buitenlandse investeringen of internationale samenwerkingsverbanden.

Over de afgelopen 12 maanden is 31% van de vrouwelijke ondernemers internationaal actief geweest: 18% meer dan incidenteel, 13% regelmatig. Vrouwen die internationaal actief zijn

- zijn hoger opgeleid<sup>2</sup>
- streven iets vaker naar groei en geld verdienen
- en iets minder vaak naar vrijheid en eigen baas zijn<sup>3</sup>.

Degenen die internationaal actief zijn hebben ongeveer even vaak wèl (regelmatig, af en toe) als niet (of nauwelijks) aan internationale samenwerking gedaan in de afgelopen 12 maanden. Afgezet tegen de verhoudingen bij samenwerking-in-het-algemeen door vrouwelijke ondernemers (zie Tabel 23: 27% die regelmatig of af en toe samenwerkt) kan worden geconcludeerd dat zij die internationaal ondernemen vaker samenwerken met andere bedrijven.

De internationale activiteiten betreffen in 8% van de gevallen regelmatige dan wel incidentele export, en bij 7% regelmatige dan wel incidentele import. Als deze cijfers worden vergeleken met de cijfers import en exportcijfers uit het totale MKB<sup>4</sup> dan blijken ze vrij laag te liggen. Het exportcijfer ligt daar namelijk op 19% en het importcijfer op 27%. Een belangrijke kanttekening is dat deze percentages gelden voor export en import *in de afgelopen drie jaar*, waardoor deze percentages hoger uit kunnen vallen als gevolg van de langere periode waarop de export en import betrekking hebben. Bij de conclusie dat de export en importcijfers van vrouwelijke ondernemers relatief laag liggen moet dus een slag om de arm gehouden worden. Dat vrouwen relatief weinig lijken te exporteren en importeren hangt mogelijk samen met de relatieve kleinschaligheid van het vrouwelijk ondernemerschap, met veel kleine bedrijven.

Internationale activiteit van vrouwelijke ondernemers kan kennelijk meer omvatten dan alleen import en export: 30% van hen exporteert nòch importeert en

<sup>1</sup> Arjan Ruis en Petra Gibcus, *MKB heeft internationale handelsgeest*, EIM, Zoetermeer, november 2010

<sup>2</sup> Van de vrouwen die af en toe of regelmatig internationaal actief zijn heeft 51% een hogere opleiding (WO of HBO); bij de niet of nauwelijks internationaal actieve vrouwen is dit 40%.

<sup>3</sup> Van de vrouwen die af en toe of regelmatig internationaal actief zijn benadrukt 35% groei en geld verdienen tegen 29% vrijheid en eigen baas zijn. Bij de niet of nauwelijks internationaal actieve ondernemers is dit 31% tegen 33%. De verschillen zijn dus niet al te groot.

<sup>4</sup> Arjan Ruis en Petra Gibcus, *MKB heeft internationale handelsgeest*, EIM, Zoetermeer, november 2010

ontplooit dus op andere wijze internationale activiteiten. Naar de aard van deze activiteiten is verder niet gevraagd. Zie verder Tabel 24.

Tabel 24 Mate waarin men internationaal actief is

<i>Internationale activiteiten</i>	<i>Percentage</i>
is <i>niet</i> internationaal actief	79%
is nauwelijks internationaal actief	3%
is af en toe internationaal actief	5%
is regelmatig internationaal actief	13%
af en toe of regelmatig internationaal actief	18% <sup>1</sup>
w.v. regelmatig geëxporteerd	5%
w.v. af en toe geëxporteerd	3%
w.v. nauwelijks geëxporteerd	1%
w.v. <i>niet</i> geëxporteerd	9%
af en toe of regelmatig internationaal actief	18%
w.v. regelmatig geïmporteerd	5%
w.v. af en toe geïmporteerd	2%
w.v. nauwelijks geïmporteerd	1%
w.v. <i>niet</i> geïmporteerd	10%
<b>totaal</b>	<b>100%</b>

Bron: EIM, 2010

<sup>1</sup> Optelling van 'af en toe' en 'regelmatig' internationaal actief = 5% + 13%.

## 5.6 Toekomst van het bedrijf

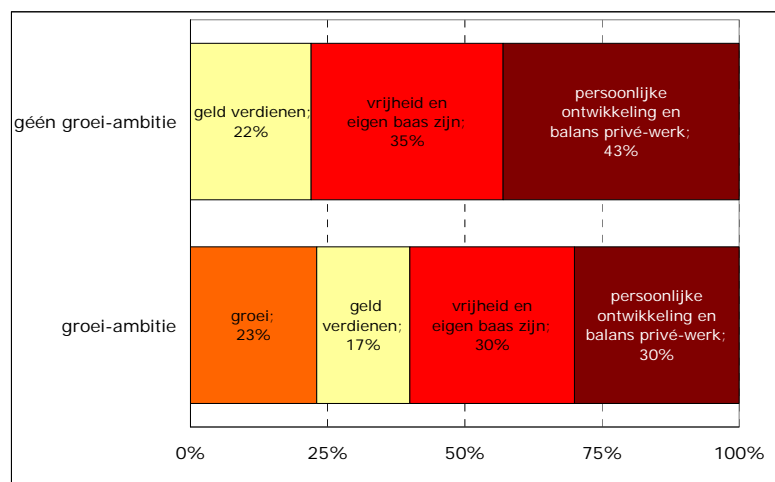
### *Ambitie met het bedrijf*

In de enquête zijn vrouwelijke ondernemers gevraagd naar hun motivaties als ondernemer. Dit kunnen er uiteraard meerdere zijn. Daarnaast is de vrouwelijke ondernemers gevraagd aan te geven wat de primaire motivatie is, de meest belangrijke drijfveer. Figuur 3 is opgesteld aan de hand van de uitkomsten van deze twee vragen. Er is een indeling gemaakt naar vrouwelijke ondernemers met en zonder groei-ambitie.

Bijna de helft van de vrouwelijke ondernemers heeft de ambitie met het bedrijf te *groeien*, namelijk 47%. Toch ligt bij de keuze voor ondernemerschap een sterk accent op persoonlijke motieven zoals vrijheid en eigen baas zijn, de balans tussen werk en privé en 'persoonlijke ontwikkeling' (zie Figuur 1 in paragraaf 4.2). Figuur 3 toont de primaire motivaties voor vrouwelijke ondernemers die groeiambities hebben. Vrouwen die de ambitie hebben met hun bedrijf te groeien leggen de nadruk weliswaar sterker op groei en geld verdienen als primaire motivatie, maar toch is afgaande op Figuur 3 (zie hierna) ook voor 60% van deze vrouwen vrijheid en eigen baas zijn, persoonlijke ontwikkeling en een goede balans tussen werk en privé het voornaamste streven. Van alle vrouwen die aan de enquête hebben deelgenomen heeft 13% de groei van het bedrijf als primaire drijfveer: dat zijn degenen met groeiambitie voor wie groei tevens het voornaamste streven is.

Opleiding speelt een beperkte rol. Het aandeel hoger opgeleiden ligt bij vrouwen met en zonder groeiambitie op hetzelfde niveau. Wel is het aandeel lager opgeleiden wat groter bij vrouwelijke ondernemers zonder groeiambitie (23%, tegen 17%).

Figuur 3 Groei-ambitie afgezet tegen het voornaamste streven als ondernemer



Bron: EIM, 2010

### *Continuïteit van het bedrijf*

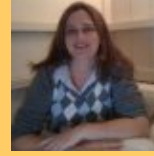
In de enquête gaf één op de zeven vrouwelijke ondernemers (14%) aan het komende jaar problemen met de continuïteit van het bedrijf te verwachten. Zoals blijkt uit een vergelijking van deze cijfers met andere resultaten van de enquête is die verwachting er vaker bij: relatief grote bedrijven (6 werkzame personen of meer)<sup>1</sup>, bij ondernemers die samenwerken met andere bedrijven<sup>2</sup>, en vooral bij bedrijven die aangeven behoefte te hebben aan financiering<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> Continuïteitsproblemen verwacht in het komende jaar: alleenwerkende ondernemers 13%, bedrijven met maximaal vijf werkzame personen 15%, en grotere bedrijven 19%.

<sup>2</sup> Continuïteitsproblemen verwacht in het komende jaar: samenwerkende ondernemers 18%, tegen niet-samenwerkende 13%.

<sup>3</sup> Continuïteitsproblemen verwacht in het komende jaar: bij bedrijven met behoefte aan financiering 30%, tegen 12% bij bedrijven zonder financieringsbehoefte.





## **Linne van Straten**

**Geboren op 16 mei 1969 in Alkmaar**

**Directeur van Arboadviescentrum in Zwaag (nabij Hoorn)**

**“Een voor beide partijen goede oplossing vinden”**

Linne van Straten groeit op bij het horecabedrijf van haar ouders. Daarom is ondernemen voor haar een vanzelfsprekende optie. Ze doet aan de HEAO bedrijfsadministratie, economie en recht en gaat daarna naar de VS voor haar MBA. Ze is op 24 jarige leeftijd als zelfstandig ondernemster begonnen in de horeca. Maar al gauw zit ze vast aan werktijden die niet te combineren zijn met (vier) kinderen. Daarom kiest ze voor een baan als interim-manager. Een van haar opdrachten is oprichting van een arbodienst. De opdrachtgever reageert hiermee op de dan nieuwe wetgeving voor aanpak van ziekteverzuim en reïntegratie. Het blijkt een leuke en inspirerende klus. Niet lang daarna komt haar eigen werkgever met forse reorganisatieplannen waar zij haar twijfels bij heeft. Linne neemt de beslissing om voor zichzelf te beginnen met het Arboadviescentrum, en in 2005 gaat ze van start.

Ze wil graag groeien, en is in vrij korte tijd directeur van een bedrijf met een flink aantal medewerkers. Maar in het werk verschuift het accent daardoor van de 'inhoud' naar het managen. Bij dat laatste horen veel probleempjes van en tussen medewerkers. 'Er werkten vrijwel uitsluitend vrouwen. Dan krijg je daar toch meer mee te maken'. Het werk wordt er minder leuk door, en dus verzet ze de bakens: het Arboadviescentrum heeft nu nog maar een paar vaste medewerkers, en kan verder een beroep doen op freelancers.

Linne heeft haar groeistreven losgelaten, omdat een functie als 'regelaar' haar afhoudt van wat ze het liefste doet: persoonlijke contacten leggen en onderhouden met klanten / mede-ondernemers. Zij noemt als alternatief meer samenwerking met Arbo-concullega's om zo betere service te kunnen bieden. Daar zou ze graag werk van maken, maar tot haar spijt is dit lastig: de collega's zien elkaar nog te sterk als directe concurrent.

Ondanks haar keuze voor niet-te-groot noemt Linne organiseren, management en 'strategisch denken' haar sterke punten: lang van tevoren acties bedenken waarmee je kan aanhaken bij ontwikkelingen die je ziet aankomen. Administratie is juist niet haar hobby, en die heeft ze daarom ook uitbesteed.

Geld lospeuteren bij de bank blijkt lastiger dan vooraf gedacht: voor een bescheiden rekening courant moeten alle denkbare zekerheden worden geleverd. Arboadviescentrum draait goed. Maar de crisis maakt een kleine aanvullende financiering nodig. Wéér uitgebreid gesteggel. 'Ik heb de blaren op mijn tong moeten praten. Degene die beslist over je aanvraag krijg je niet te spreken. Het lijkt er op dat ze kleine zakelijke klanten vooral als *lastig* zien'.

Linne haalt de meeste voldoening uit het vinden van elegante oplossingen voor arbeidsconflicten tussen werkgever en werknemer die op basis van geldende regels en vooraf ingenomen stellingen grote schade kunnen meebrengen voor (een van) beide partijen. Zo was een werkneemster van een detailhandelaar niet meer in staat èn haar werk goed te doen èn de mantelzorg voor haar chronisch zieke echtgenoot. Zij heeft vervolgens tijd gekregen om haar zorgtaak tot hanteerbare proporties terug te brengen. 'Daar zijn we tot tevredenheid van beide partijen héél goed uitgekomen'.

Aan de andere kant van het spectrum staan slechtnieuwsgesprekken met werknemers die vinden dat ze niet kunnen werken en de arboadviseur de schuld geven van de voor hen negatieve beslissing van het UWV, en met werkgevers die hun zieke werknemers desnoods 'aan het werk willen schöppen'.

Over vrouwen die ondernemen: 'Een man wordt in zaken toch wat serieuzer genomen dan een vrouw. Die zien ze eerder als een *meisje met een hobby*. Een harde houding wordt van mannen ook meer geaccepteerd: als vrouw ben je dan al gauw een *bitch*'.

Over de toekomst van haar bedrijf: 'Mijn belangrijkste doelstelling is leuke dingen doen, en leuke klanten hebben. In de komende tijd wil ik wel wat meer gaan doen aan *consultancy* voor mijn klanten'.

## 6 Prestaties

De meeste bedrijven (70%) van vrouwelijke ondernemers zijn winstgevend. De omzetcijfers van vrouwelijke ondernemers vallen overwegend (60%) in de categorie tot 50.000 euro. Verder haalt 72% een omzet van minder dan 100.000 euro, en 90% minder dan een half miljoen. 6% komt uit boven een miljoen euro.

Ongeveer 1 op de 10 vrouwelijke ondernemers rapporteert omzetcijfers boven de 500.000 euro. De ondernemers zijn doorgaans niet afhankelijk van het inkomen uit het bedrijf. Ze zijn vaak gehuwd of samenwonend (83%) en een minderheid van 25% van hen is de hoofdkostwinner. Ongeveer een derde van de vrouwelijke ondernemers heeft nog een andere bron van inkomsten, zoals een baan in loondienst of een uitkering. Een aparte groep zijn de alleenstaande vrouwelijke ondernemers (17% van het totaal). Voor hen is de onderneming meestal de enige bron van inkomen.

Ongeveer 1 op de 7 vrouwen heeft in het afgelopen jaar behoefte gehad aan financiering. Voor ruim 60% gaat het om kleine bedragen tot 35.000 euro. De behoefte aan financiering bestaat relatief vaak bij niet-winstgevende bedrijven en een financieringsaanvraag wordt in een derde van de gevallen afgewezen.

### 6.1 Inleiding

In Hoofdstuk 6 wordt ingegaan op de volgende aspecten:

- opbrengst van het bedrijf
- inkomen
- financiering

## 6.2 Opbrengst van het bedrijf

### *Omzet*

Zoals op grond van de grootteklasseverdeling in Tabel 18 was te verwachten is er bij de omzet een sterke concentratie in de laagste omzetklassen. Van de vrouwelijke ondernemers haalt 72% een omzet van minder dan 100.000 euro, en 90% minder dan een half miljoen. 6% komt uit boven een miljoen euro. Zie Tabel 25.

Tabel 25 Omzet(klasse)

<i>Omzetklasse</i>	<i>Percentage</i>
tot 50.000 euro	60%
50.000 tot 100.000 euro	12%
100.000 tot 150.000 euro	5%
150.000 tot 250.000 euro	7%
250.000 tot 500.000 euro	6%
500.000 tot 750.000 euro	2%
750.000 tot 1.000.000 euro	2%
1.000.000 tot 1.500.000 euro	2%
1.500.000 tot 5.000.000 euro	2%
5.000.000 euro en meer	2%
totaal	100%

*Bron: EIM, 2010*

### Winstgevendheid

Van alle bedrijven was 70% in het afgelopen boekjaar winstgevend. Zij die alleen van hun bedrijf moeten leven maken vaker winst dan vrouwen die daarnaast nog een andere inkomstenbron hebben. Ook samenwerking met andere bedrijven blijkt wat vaker samen te gaan met winst. Groeiambitie zegt daarentegen niets over de winst (op korte termijn). Meest opvallende verschil is waarneembaar tussen bedrijven met en zonder financieringsbehoefte. De vrouwelijke ondernemers zonder financieringsbehoefte maken vaker winst (74%) dan de vrouwelijke ondernemers met een financieringsbehoefte (51%). Het gaat hier om een samenhang waardoor de causale relatie niet duidelijk is. Het is echter waarschijnlijk dat de winstgevende bedrijven minder vaak een financieringsbehoefte hebben omdat zij eerder uit eigen middelen kunnen financieren dan bedrijven die niet winstgevend waren in het afgelopen jaar. Zie Tabel 26 voor de details.

Tabel 26 Winstgevendheid en de invloed van een aantal kenmerken

<i>Kenmerk</i>	<i>Percentage bedrijven met winst</i>
alle vrouwelijke ondernemers	70%
alleenwerkende ondernemers	69%
bedrijf met max. vijf werkzame personen	70%
bedrijf met zes werkzame personen of meer	75%
behoefte aan externe financiering	<b>51%</b>
géén behoefte aan externe financiering	<b>74%</b>
werkt samen met andere bedrijven	74%
werkt <i>niet</i> samen met andere bedrijven	68%
heeft groeiambitie	68%
heeft géén groeiambitie	71%
heeft ook andere inkomensbron	64%
heeft géén andere inkomensbron	72%

*Toelichting:* het gaat in Tabel 26 om het percentage dat het afgelopen boekjaar met winst heeft afgesloten. Bij degenen die behoefte hadden aan externe financiering is dit bijvoorbeeld 51%. Bij degenen die géén behoefte hadden aan financiering heeft 74% het afgelopen boekjaar met winst afgesloten.

*Bron:* EIM, 2010

### 6.3 Inkomen

Eén op de zes vrouwelijke ondernemers is alleenstaand, vijf op de zes is gehuwd of woont samen. Ruim de helft heeft thuiswonende kinderen. Zie Tabel 27.

Tabel 27 Samenstelling huishouden

<i>Samenstelling</i>	<i>Percentage van de vrouwen in de enquête</i>	<i>Percentage van de vrouwen in Nederland</i>
alleenstaand zonder thuiswo- nende kinderen	11%	24%
gehuwd / samenwonend zonder thuiswonende kinderen	31%	35%
alleenstaand met thuiswonen- de kinderen	6%	7%
gehuwd / samenwonend met thuiswonende kinderen	52%	34%
totaal	100%	100%

Bron: EIM/CBS, 2010

Voor alleenstaande vrouwelijke ondernemers (17% van het totaal) is hun onderneming meestal de enige bron van inkomen. Bij de overgrote meerderheid van de gehuwde en samenwonende vrouwen heeft het gezin naast het bedrijf van de vrouw ook andere bronnen van inkomen. Meestal is dat hun partner. Gehuwde en samenwonende vrouwelijke ondernemers zijn in een kwart van de gevallen hoofdkostwinner. Bij drie op de tien heeft de ondernemer zelf nog andere inkomsten. Eigen andere inkomstenbronnen zijn meestal een baan in loondienst of een (pensioen)uitkering. Er is echter ook een aantal dat inkomen heeft uit andere ondernemingsactiviteiten<sup>1</sup>. Bij alleenstaande ondernemers komt aanvullend inkomen vaker van pensioen, uitkering of alimentatie, bij gehuwde en samenwonende ondernemers meestal van werk in loondienst. Zie verder Tabel 28.

Tabel 28 Bronnen van inkomen, bij gehuwd of samenwonend en bij alleenstaand

Inkomensbron	Gehuwd of	
	Samenwonend (83% van totaal)	Alleenstaand (17% van totaal)
ondernemer is hoofdkostwinner	24%	
onderneming is de enige bron van inkomsten	11%	64%
ander voorziet mede in levensonderhoud gezin	83%	
naast inkomen uit onderneming		
nog eigen andere inkomensbronnen	29%	36%
w.v. loondienst	17%	4%
w.v. uitkering of pensioen	6%	17%
w.v. ander bedrijf	3%	4%
w.v. onroerend goed en vermogen	2%	3%
w.v. freelance activiteiten	1%	4%
w.v. alimentatie	0%	6%
w.v. andere bron	1%	3%

Bron: EIM, 2010

## 6.4 Financiering

Het percentage vrouwelijke ondernemers dat financiering heeft gezocht is conform het percentage van het totale MKB zo blijkt uit een vergelijking met de resultaten van de financieringsmonitor, een periodieke rapportage over financiering in het MKB<sup>2</sup>. Wel dient te worden opgemerkt dat in de financieringsmonitor de financieringsvraag van het afgelopen *half* jaar gemeten wordt, terwijl de vrouwelijke ondernemers is gevraagd naar de financieringsbehoefte *in de afgelopen 12 maanden*. In juli 2010 gaf 13% van de MKB-bedrijven aan in het voorgaande half

<sup>1</sup> Dit kan bijvoorbeeld het bedrijf van de eigen levenspartner betreffen waar men een aandeel in heeft. Hier is verder niet naar gevraagd.

<sup>2</sup> Ro Braaksma en Lia Smit, *Financieringsmonitor MKB. Het financieringsklimaat van juli 2010. Resultaten van de kwartaalmeting*, EIM, Zoetermeer, augustus 2010

jaar financiering te hebben gezocht. Het succespercentage ligt op 53%, waarvan het bij 6% een gedeeltelijke financiering betreft.

Eén op de zeven vrouwelijke ondernemers geeft aan in de voorgaande 12 maanden behoefte te hebben gehad aan financiering. Dit betekent dat van het segment vrouwelijke ondernemers 14% een financieringsbehoefte heeft gehad. Van hen heeft 32% er geen werk van gemaakt. De overige 68% heeft daadwerkelijk financiering gezocht. De meesten hebben die ook gevonden: 74% verkreeg financiering. Hoewel niet is gevraagd naar de reden van afwijzing is het aannemelijk dat potentiële financiers het risico te groot hebben geacht: in paragraaf 5.6 bleek al dat ondernemers met behoefte aan financiering het laatste boekjaar veel vaker niet met winst hebben afgesloten, en ook veel vaker continuïteitsproblemen verwachten in het komende jaar. Desalniettemin ligt het slagingspercentage bij de vrouwelijke ondernemers met 74% fors hoger dan in het totale MKB, waar het slagingspercentage op 53% ligt.

Tabel 29 Financiering: behoefte, gezocht bedrag en bron

<i>Financiering</i>	<i>% van totaal</i>	<i>% van zoekers / ontvangers financiering</i>
heeft het afgelopen jaar behoefte gehad aan financiering	14%	100%
w.v. bedrag van minder dan 35.000 euro	8%	61%
w.v. tussen 35.000 en 100.000 euro	3%	17%
w.v. tussen 100.000 en 250.000 euro	1%	10%
w.v. 250.000 euro en meer	2%	12%
heeft het afgelopen jaar behoefte gehad aan financiering	14%	100%
w.v. niet geprobeerd die te krijgen	5%	32%
w.v. gekregen	6%	41%
w.v. afgewezen	3%	24%
w.v. nog in behandeling	0%	3%
heeft financiering gekregen	6%	100%
w.v. van één of meer banken	4%	74%
w.v. van familie, vrienden of kennissen	1%	10%
w.v. uit andere bronnen	1%	15%

Bron: EIM, 2010



Het bedrag dat vrouwelijke ondernemers meestal (61% van de vrouwelijke ondernemers) zoeken is gering: minder dan € 35.000. Uit de financieringsmonitor blijkt dat het percentage bedrijven met een financieringsbehoefte tot € 35.000 op maximaal<sup>1</sup> 46% ligt. Hieruit blijkt dat vrouwelijke ondernemers relatief vaak een klein bedrag voor financiering nodig hebben. Bij ruim 20% van de vrouwelijke ondernemers gaat het om een bedrag van meer dan € 100.000.

Samengevat ligt het aandeel vrouwen dat financiering zoekt op een niveau dat vergelijkbaar is met mannelijke ondernemers. Vrouwen zoeken wel naar kleinere bedragen en slagen vaker in het binnen halen van de financiering.

Driekwart van de door vrouwen gezochte financiering komt van de bank (of meer banken), het resterende kwart uit informele bron. Andere 'bronnen' zijn een investeringsmaatschappij, een microkrediet, de gemeente, de kerk en een verzekeringsmaatschappij. Zie Tabel 29 voor de details.

Eerder is al vastgesteld dat vrouwelijke ondernemers met behoefte aan financiering vaker in economisch zwaar weer lijken te zitten (winst, continuïteit) dan hun collega's zonder financieringsbehoefte (paragraaf 5.6). Het zijn echter óók de iets grotere bedrijven en de beter opgeleide ondernemers die behoefte hebben aan financiering. Mogelijk zijn deze ondernemers harder geraakt door de crisis, en kunnen zij minder terugvallen op de alternatieve inkomensbronnen zoals opgesomd in Tabel 28. Maar zij zijn wellicht ook diegenen die willen investeren in de recessie, of maatregelen nemen om het bedrijf op een andere grondslag te financieren.

<sup>1</sup> Bij de Financieringsmonitor is een categorie van "minder dan € 50.000" gehanteerd (zie Ro Braaksma en Lia Smit, *Financieringsmonitor MKB*). *Het financieringsklimaat van juli 2010. Resultaten van de kwartaalmeting*, EIM, Zoetermeer, augustus 2010.



## 7 Achtergronden

Hoofdstuk 7 biedt een weergave van de resultaten van een groepsdiscussie met vrouwelijke ondernemers. De resultaten zijn een mengeling van percepties en ervaringen van de vrouwelijke ondernemers. In het nu volgende is een indeling gemaakt naar:

- de meningen van vrouwelijke ondernemers
- immateriële opbrengsten
- overige suggesties bij ondernemen door vrouwen

### *Meningen van vrouwelijke ondernemers*

In het kader van het onderzoek is een discussiebijeenkomst met vrouwelijke ondernemers gewijd aan onder meer de motivatie van vrouwelijke ondernemers, aan de mogelijke oorzaken van het de laatste jaren niet verder toenemende aandeel vrouwelijke ondernemers, en aan een antwoord op de vraag waarom vrouwelijk ondernemerschap relatief vaak *kleinschalig* ondernemerschap is, sterk geconcentreerd in sectoren als zorg en overige dienstverlening.

Wat betreft de 'motivatie' wordt er door vrouwelijke ondernemers op gewezen dat vrouwelijke ondernemers:

- minder risico durven nemen
- maar als starter ook realistischer zijn bij het maken van prognoses
- te maken hebben met een zeker vooroordeel, waardoor zij minder snel serieus worden genomen dan hun mannelijke collega's, zeker bij eerste contacten met klanten en financiers. Banken zijn bijvoorbeeld terughoudender bij het verstrekken van kredieten uit angst dat de vrouwelijke ondernemer een gezin start.
- zichzelf vanwege dit oordeel als het ware 'dubbel moeten bewijzen'
- hun prioriteiten vaak moeten verdelen over bedrijf en gezin
- minder gáán voor het commerciële succes
- wat minder ambitie hebben en sneller tevreden zijn, ook vanwege het feit 'dat er méér is dan alleen werk en bedrijf'

### *Immateriële opbrengsten*

Behalve inkomen en winst levert een eigen onderneming ook immateriële opbrengsten op, zoals vrijheid en kunnen beschikken over de eigen agenda, werk dat men (deels) zelf kiest, zelf iets opbouwen, en plezier in het werk. In de enquête zijn die al aan de orde geweest in paragraaf 4.2, waar het voornaamste streven als ondernemer aan de orde komt. Vrijheid en eigen baas zijn, persoonlijke ontwikkeling en een goede balans tussen werk en privé blijken voor veel vrouwelijke ondernemers belangrijke 'motivators': zie Figuur 1.

De volgende vaststellingen worden gedaan: vrouwelijke ondernemers leggen sterkere nadruk op werken met plezier, en op een goede combinatie met andere activiteiten zoals de zorg voor kinderen:

*Overige suggesties bij ondernemen door vrouwen*

- Vrouwelijke ondernemers zouden vaker geworven moeten worden, c.q. zich aanmelden als mentor / coach / tutor voor *ondernemingsprojecten* op school. Nu worden de leerlingen vaak begeleid door studenten. Als deze vrouwen zich hiervoor melden voelen de meisjes in de klas zich meer aangesproken en motiveert dit mogelijk meer om zelf uiteindelijk ondernemer te willen worden.
- [Ook over ondernemingsprojecten op school:] Als ondernemer moet je *fouten* kunnen maken. Maar op school is wat je doet vaak òf goed òf fout, en je krijgt het meteen te horen als je 't *fout* doet. Zeker vrouwen zijn geneigd foutenvermijding te gaan handelen in de toekomst, wat niet past bij het ondernemerschap.
- Beter de weg wijzen in (informatie over) regelgeving
- Ervaren ondernemers aantrekken voor coaching van starters en groeiers
- De procedure bij starten vanuit een uitkering / bijstand verbeteren: UWV geeft hooguit een half jaar, en dan moet je van je bedrijf kunnen leven. Dat is een (vaak te) zware opgave, zeker bij combinatie met zorg voor kinderen: omschakelen vraagt vaak méér tijd. Die eis draait perspectiefrijk ondernemerschap de nek om: de ondernemingen komen in eerste instantie van de grond maar overleven vervolgens te kort.
- Vrouwelijke ondernemers hebben weinig contacten met/zijn maar beperkt lid van vrouwennetwerken. Ze zien de relevantie of waarde van netwerken niet direct. Ze vragen zich af wat het oplevert.

## 8 Inleiding Deel B: etnisch ondernemerschap

Deel B, dat ingaat op etnisch ondernemerschap, is qua opzet sterk vergelijkbaar met Deel A van de Monitor. Deel B geeft een cijfermatig en kwalitatief beeld van etnisch ondernemerschap. Hoofdstuk 9 bevat cijfermatige informatie hoofdzakelijk afkomstig van bronnen van het Centraal Bureau voor de Statistiek en de Kamer van Koophandel. De vergelijking van etnisch en autochtoon ondernemerschap staat centraal in dit hoofdstuk. De onderwerpen:

- de omvang van etnisch ondernemerschap
- de ondernemersquote
- etnische starters
- uitkeringstarters
- winstcijfers van etnische ondernemers.

Hoofdstuk 10 tot en met 12 gaan dieper in op etnisch ondernemerschap. De beschrijvende gegevens zijn afkomstig van 15 interviews die zijn gehouden onder etnisch ondernemers en experts op het gebied van etnisch ondernemerschap. In enkele gevallen gaat het bij de ondernemers om personen die ook zijn aangesloten bij een netwerk of vereniging op het gebied van etnisch ondernemerschap. De interviews waren vooral gericht op het ondernemerschap van niet-westerse ondernemers. Achtereenvolgens wordt ingegaan op:

- de kenmerken van etnisch ondernemerschap
- het gedrag van etnisch ondernemers
- de prestaties van etnisch ondernemers

In dit deel van het rapport wordt evenals bij vrouwelijk ondernemerschap bij enkele gegevens een vergelijking gemaakt met alternatieve bronnen om de resultaten te duiden.

Hoofdstuk 13 is het resultaat van een groepsdiscussie waarin etnische ondernemers en experts op het gebied van etnisch ondernemerschap een toelichting hebben gegeven op de achtergronden van etnisch ondernemerschap.

Evenals Deel A is Deel B van de Monitor aangevuld met twee uitgebreide interviews. Twee succesvolle etnische ondernemers worden hierin uitgebreid beschreven aan de hand van hun specifieke achtergrond en hun ambities. De uitgebreide interviews zijn te vinden aan het einde van Hoofdstuk 9 en Hoofdstuk 11.

### *Definities*

De definitie van etnisch ondernemerschap is minder eenduidig dan die van vrouwelijke ondernemers. Een veelgebruikt onderscheid is dat tussen ondernemers van westerse en niet-westerse afkomst alsmede het onderscheid tussen 1<sup>e</sup> en 2<sup>e</sup> generatie.

Bij niet-westerse etnische ondernemers gaat het om ondernemers met de volgende herkomstlanden:

- Afrikaanse landen
- Aziatische landen exclusief Japan en Indonesië
- Zuid- en Midden-Amerikaanse landen
- Turkije

Bij westerse etnische ondernemers gaat het om de volgende herkomstlanden:

- Europese landen exclusief Nederland en Turkije
- Noord-Amerikaanse landen
- Japan
- Landen behorend bij Oceanië
- Indonesië

Verder is er een verschil tussen de 1<sup>e</sup> en 2<sup>e</sup> generatie. De eerste generatie etnische ondernemers is in het buitenland geboren. Etnische ondernemers behorend tot de tweede generatie zijn in Nederland geboren, maar minimaal één van hun ouders is in het buitenland geboren.

Met de cijfers afkomstig van het CBS en de KvK is een onderscheid te maken naar etnische ondernemers van westerse en niet-westerse komaf. Het onderscheid naar 1<sup>e</sup> en 2<sup>e</sup> generatie kan alleen gemaakt worden met cijfers afkomstig van het CBS. In het Handelsregister van de KvK staat alleen het geboorteland van ondernemers opgenomen waardoor die cijfers alleen inzicht geven in de 1<sup>e</sup> generatie etnische ondernemers.

## 9 Ontwikkeling en stand van zaken

### 9.1 Inleiding

In dit hoofdstuk wordt de ontwikkeling en de stand van zaken van etnisch ondernemerschap cijfermatig in kaart gebracht door etnisch ondernemerschap te vergelijken met autochtoon ondernemerschap. Deze vergelijking wordt gemaakt op basis van de volgende 5 indicatoren:

- 1 Omvang
- 2 Ondernemersquote
- 3 Winstcijfers
- 4 Starters
- 5 Starters vanuit een uitkering

In de volgende paragrafen worden bovengenoemde indicatoren besproken. Naast de algemene vergelijking tussen etnisch en autochtoon ondernemerschap wordt deze vergelijking bij enkele indicatoren ook gemaakt per sector en per leeftijds-categorie. Bovendien wordt etnisch ondernemerschap soms verder opgesplitst naar westers en niet-westers, en 1<sup>e</sup> en 2<sup>e</sup> generatie.

Bij de ene indicator is 2007 het meest recente jaar en bij andere indicatoren is dit 2008 of 2009. Evenals bij het deel over vrouwelijk ondernemerschap zijn er soms prognoses gemaakt voor de jaren 2008 en 2009. In die gevallen zal aangegeven worden dat er sprake is van prognoses.

### 9.2 Omvang etnisch ondernemerschap

Nederland telt een groter aantal ondernemers dan in 2000 en het aandeel van etnische ondernemers is toegenomen van 12% naar 14%. In 2007 zijn er in totaal 152.000 etnische ondernemers. De toename komt vooral door een groei van het aantal niet-westerse etnische ondernemers. Er wordt door de etnische ondernemers nog wel relatief veel ondernomen in de horeca (lage winst sector). Het aandeel is wel afgenomen, namelijk van 15% naar 12%. Verder is in de periode 2000-2007 de toename aan ondernemerschap in de financiële sector (een hoge winst sector) met aandelen van 2% respectievelijk 4% enigszins aan etnisch ondernemers voorbij gegaan.

Etnische ondernemers zijn in vergelijking met autochtone ondernemers vrij jong. De populatie autochtone ondernemers wordt gemiddeld steeds ouder terwijl de populatie etnische ondernemers ongeveer even jong blijft. Dit jonge karakter komt vooral door de leeftijdsopbouw van de niet-westerse etnische bevolkingsgroep.

Evenals bij autochtone ondernemers zijn etnische ondernemers minder vaak vrouw dan man: respectievelijk 31% en 33% is vrouw. Deze aandelen zijn sinds 2000 niet veranderd. Bij de 1e generatie niet-westerse etnische ondernemers ligt het percentage vrouwen lager dan de 31% bij autochtone ondernemers: 27%. Bij de 1e generatie westerse etnische ondernemers ligt dit percentage juist aanzienlijk hoger: 41%.

Tabel 30 toont het aantal etnische en autochtone ondernemers in de periode 2000 tot en met 2007. In deze periode steeg het absolute aantal etnische ondernemers van 144.000 in 2000 naar 152.000 in 2007. Het aantal autochtone ondernemers groeide in dezelfde periode relatief minder hard waardoor het aandeel etnische ondernemers is gegroeid van 12% tot 14% van het totaal aantal ondernemers. Dit betekent dat ten opzichte van de Monitor Nieuw Ondernemerschap van 2006 er sprake is van 1% procentpunt toename in het aandeel van etnisch ondernemerschap in het totale ondernemerslandschap. Een dergelijke stijging is noemenswaardig, daar het gaat om een toegenomen aandeel van een *minderheidsgroep*.

Tabel 30 Aantal ondernemers naar herkomstgroepering, 2000 tot en met 2007, aangevuld met prognoses voor de jaren 2008 en 2009 (aantal personen x1000)

<i>Jaar</i>	<i>Etnisch</i>	<i>Autochtoon</i>	<i>Aandeel etnisch</i>	<i>Totaal</i>
2000	114	843	12%	957
2001	121	849	12%	970
2002	123	846	13%	969
2003	125	845	13%	971
2004	123	825	13%	948
2005	127	842	13%	969
2006	140	899	13%	1.039
2007	152	935	14%	1.088
2008*	159	942	14%	1.100
2009*	155	933	14%	1.087

Bron: EIM, op basis van CBS.

\*) prognoses



Uit Tabel 31 kan het aandeel van westerse en niet-westerse etnische ondernemers binnen de totale populatie etnische ondernemers afgelezen worden. Te zien is dat de 2<sup>e</sup> generatie westerse ondernemers (36%) en de 1<sup>e</sup> generatie niet-westerse ondernemers (33%) in 2007 het grootste aandeel hebben in de populatie etnische ondernemers. Het kleinste aandeel is er voor de 2e generatie niet-westerse etnische ondernemers (7%). Voor de laatste groep moet wel opgemerkt worden dat het hier om een verdubbeling van de relatieve vertegenwoordiging gaat. Hoewel in absolute zin dus nog niet zeer invloedrijk is de tweede generatie niet-westerse etnische ondernemers wel degelijk groeiende.

Hoewel de 2<sup>e</sup> generatie westerse ondernemers het grootste aandeel heeft in de populatie etnische ondernemers is dit aandeel sinds 2000 met 7 procentpunt gedaald (Tabel 31). Het aandeel van de niet-westerse etnische ondernemers is gestegen van 34% in 2000 tot ruim 40% in 2007 (1<sup>e</sup> en 2<sup>e</sup> generatie samen, zie Tabel 52, in Bijlage I).

Tabel 31 Aandeel van niet-westerse en westerse ondernemers binnen de populatie etnische ondernemers verdeeld naar generatie, 2000 tot 2007

<i>Jaar</i>	<i>Niet-westers</i>		<i>Westers</i>	
	<i>1<sup>e</sup> generatie</i>	<i>2<sup>e</sup> generatie</i>	<i>1<sup>e</sup> generatie</i>	<i>2<sup>e</sup> generatie</i>
2000	30%	4%	24%	43%
2001	31%	5%	23%	41%
2002	32%	5%	23%	40%
2003	33%	5%	22%	40%
2004	33%	6%	22%	39%
2005	33%	6%	22%	39%
2006	33%	7%	23%	38%
2007	33%	7%	23%	36%

*Bron: EIM, op basis van CBS.*

*Noot: Door afrondingsverschillen tellen de percentages niet altijd op tot 100%*

Kijken we naar de sectorverdeling van ondernemers naar herkomst in Tabel 32, dan is te zien dat etnisch ondernemerschap ondervertegenwoordigd is in de landbouw en visserij en oververtegenwoordigd in de horeca. Voor de totale populatie ondernemers geldt dat over de periode 2000-2007 sprake is van een daling van de aandelen van de sectoren landbouw/visserij en handel en reparatie. Daarentegen zijn de aandelen van de dienstverlenende sectoren over deze periode toegenomen.

Tabel 32 Sectorverdeling ondernemers naar herkomstgroepering, 2000 en 2007

Sector	Etnisch	Autochtoon	Verhouding	
			etnisch/autochtoon	Totaal
<i>2000</i>				
landbouw/visserij	3%	17%	0,18	16%
delfstoffen/industrie/energie	5%	6%	0,83	6%
bouwnijverheid	6%	9%	0,67	9%
handel en reparatie	22%	23%	0,96	23%
horeca	15%	5%	3,00	6%
vervoer, opslag en communicatie	4%	5%	0,80	5%
financiële instellingen	2%	2%	1,00	2%
zakelijke dienstverlening etc.	21%	17%	1,24	18%
zorg, openb. bestuur, onderwijs	9%	7%	1,29	7%
overige dienstverlening etc.	11%	9%	1,22	9%
totaal	100%	100%	1,00	100%
<i>2007</i>				
landbouw/visserij	3%	13%	0,23	11%
delfstoffen/industrie/energie	4%	5%	0,80	5%
bouwnijverheid	9%	11%	0,82	11%
handel en reparatie	19%	19%	1,00	19%
horeca	12%	4%	3,00	5%
vervoer, opslag en communicatie	4%	4%	1,00	4%
financiële instellingen	4%	7%	0,57	6%
zakelijke dienstverlening etc.	23%	22%	1,05	22%
zorg, openb. bestuur, onderwijs	9%	7%	1,29	7%
overige dienstverlening etc.	12%	10%	1,20	10%
totaal	100%	100%	1,00	100%

Bron: EIM, op basis van CBS.

Tabel 33 toont de sectorverdeling van etnische ondernemers naar herkomstgroepering en generatie voor de jaren 2000 en 2007. Opvallend is de sterke stijging (8%) van het aandeel eerste generatie westerse ondernemers dat werkzaam is in de bouwnijverheid. Bij de niet-westerse ondernemers valt een sterke daling (-7%) van het aandeel ondernemers in de horeca op. Ook bij de niet-westerse ondernemers vindt er een stijging (3%) van het aandeel ondernemers in de bouwnijverheid plaats.

Tabel 33 Sectorverdeling van westerse en niet-westerse ondernemers naar generatie

Sector	Niet westerse		Westerse	
	1 <sup>e</sup> generatie	2 <sup>e</sup> generatie	1 <sup>e</sup> generatie	2 <sup>e</sup> generatie
<i>2000</i>				
landbouw/visserij	2%	2%	2%	5%
delfstoffen/industrie/energie	4%	4%	6%	6%
bouwnijverheid	4%	6%	5%	7%
handel en reparatie	25%	21%	20%	21%
horeca	33%	13%	11%	6%
vervoer, opslag en communicatie	4%	6%	4%	5%
financiële instellingen	1%	2%	2%	3%
zakelijke dienstverlening etc.	14%	23%	25%	24%
zorg, openb. bestuur, onderwijs	6%	6%	11%	11%
overige dienstverlening etc.	7%	15%	14%	12%
<b>totaal</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<i>2007</i>				
landbouw/visserij	2%	1%	3%	3%
delfstoffen/industrie/energie	4%	3%	4%	5%
bouwnijverheid	7%	9%	13%	8%
handel en reparatie	24%	20%	16%	17%
horeca	25%	10%	7%	4%
vervoer, opslag en communicatie	6%	8%	3%	3%
financiële instellingen	2%	3%	3%	6%
zakelijke dienstverlening etc.	16%	25%	26%	29%
zorg, openb. bestuur, onderwijs	7%	9%	10%	10%
overige dienstverlening etc.	8%	13%	15%	13%
<b>totaal</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Bron: EIM, op basis van CBS

Gelet op de verschillende generaties valt op dat, ten opzichte van de 1<sup>e</sup> generatie, de tweede generatie niet-westerse ondernemers minder vaak actief is in de sectoren handel en reparatie alsmede de horeca. Daarnaast is de 2<sup>e</sup> generatie vaker actief in de zakelijke en overige dienstverlening.

Tabel 34 toont de leeftijdsverdeling van de ondernemers naar herkomstgroep. In 2007 is de leeftijdsverdeling van etnische ondernemers anders dan die van autochtone ondernemers. Etnische ondernemers behoren relatief vaak tot de groep 25 tot en met 44 jarigen. Autochtone ondernemers zijn verhoudingsgewijs vaak te vinden in de categorie vanaf 45 jaar. Dit verschil in leeftijdsverdeling tussen etnische en autochtone ondernemers is nog sterker dan het in 2000 was.

Tabel 34 Leeftijdsverdeling ondernemers naar herkomstgroep, 2000 en 2007

<i>Leeftijdsklasse</i>	<i>Etnisch</i>	<i>Autochtoon</i>	<i>Totaal</i>
<i>2000</i>			
tot en met 24	4%	2%	2%
25 - 44	55%	48%	49%
45 - 64	39%	45%	44%
65+	3%	5%	4%
Totaal	100%	100%	100%
<i>2007</i>			
tot en met 24	3%	2%	2%
25 - 44	54%	43%	45%
45 - 64	40%	49%	47%
65+	4%	6%	5%
Totaal	100%	100%	100%

*Bron: EIM, op basis van CBS.*

Het verschil in de verdeling over de leeftijdsklassen tussen etnische en autochtone ondernemers wordt vooral verklaard door de leeftijd van de niet-westerse ondernemers (zie Tabel 35 ), die relatief vaak tot de groep 25 tot en met 44 jarigen behoren.

Tabel 35 Onderverdeling leeftijd etnische ondernemers naar type (niet-westers of westers), 2000 en 2007

<i>Leeftijdsklasse</i>	<i>Niet-Westers</i>	<i>Westers</i>	<i>Totaal etnisch</i>
<i>2000</i>			
tot en met 24	7%	2%	4%
25 - 44	70%	47%	55%
45 - 64	22%	47%	39%
65+	1%	4%	3%
Totaal leeftijd	100%	100%	100%
<i>2007</i>			
tot en met 24	5%	2%	3%
25 - 44	66%	45%	54%
45 - 64	28%	47%	40%
65+	1%	6%	4%
Totaal leeftijd	100%	100%	100%

*Bron: EIM, op basis van CBS*

Zoals te zien is in Tabel 36 is het de verhouding vrouwen/mannen in de populatie etnische ondernemers iets minder scheef (67%-33%) dan in de populatie autochtone ondernemers (69%-31%). In 2007 zijn de cijfers gelijk aan de cijfers in 2000.

Tabel 36 Verdeling geslacht ondernemers naar herkomst, 2000 en 2007

<i>Geslacht</i>	<i>Etnisch</i>	<i>Autochtoon</i>	<i>Totaal</i>
<i>2000</i>			
Mannen	67%	69%	69%
Vrouwen	33%	31%	31%
<i>2007</i>			
Mannen	67%	69%	69%
Vrouwen	33%	31%	31%

*Bron: EIM, op basis van CBS*

Tabel 37 laat zien dat het percentage mannelijke ondernemers bij niet-westerse ondernemers hoger ligt dan bij de westerse etnische ondernemers. In 2007 is van de niet-westerse etnische ondernemers van de eerste generatie 73% man. Bij de 2<sup>e</sup> generatie niet-westerse ondernemers ligt dit percentage iets lager (71%). Bij de niet-westerse ondernemers valt op dat het percentage vrouwelijke ondernemers voor zowel de eerste als de tweede generatie (respectievelijk 27% en 29%) lager ligt dan gemiddeld over de totale populatie ondernemers (31%). Bij de westerse ondernemers valt juist op dat zowel de eerste als de tweede generatie een hoger percentage vrouwen heeft (43% en 34%).

Tabel 37 Verdeling geslacht etnische ondernemers naar type (niet-Westers en Westers) en generatie, 2000 en 2007

<i>Geslacht</i>	<i>Niet-Westers</i>		<i>Westers</i>	
	<i>1<sup>e</sup> generatie</i>	<i>2<sup>e</sup> generatie</i>	<i>1<sup>e</sup> generatie</i>	<i>2<sup>e</sup> generatie</i>
<i>2000</i>				
Mannen	73%	68%	57%	67%
Vrouwen	27%	32%	43%	33%
<i>2007</i>				
Mannen	73%	71%	59%	66%
Vrouwen	27%	29%	41%	34%

Bron: EIM, op basis van CBS

### 9.3 Ondernemersquote van etnische ondernemers

In de periode 2000-2009 ligt de etnische ondernemersquote lager dan de autochtone ondernemersquote: respectievelijk 6% en 10% in 2000 en 7% en 11% in 2009. Dit geldt in sterke mate voor de 2e generatie niet-westerse etnische minderheden (3% in 2000 en 4% in 2007). Dit hangt echter sterk samen met de opbouw van de potentiële beroepsbevolking van deze groep. Er zijn veel jongeren binnen de groep waarvan niet kan worden verwacht dat ze al massaal ondernemen.

De ondernemersquote is het aandeel ondernemers als percentage van de potentiële beroepsbevolking (alle personen van 15 tot en met 64 jaar) *binnen* een groep. De ondernemersquote van etnische ondernemers is bijvoorbeeld de relatieve vertegenwoordiging van etnische ondernemers binnen de *etnische* potentiële beroepsbevolking. In Tabel 38 is te zien dat de ondernemersquote van etnische ondernemers consequent achterblijft bij de ondernemersquote van autochtone Nederlanders. Weliswaar is de ondernemersquote tussen 2000 en 2007 met een procentpunt toegenomen, maar deze stijging geldt ook voor de autochtone ondernemersquote.

Tabel 38 Ondernemersquote naar herkomstgroep, 2000 tot en met 2007

<i>Jaar</i>	<i>Etnisch</i>	<i>Autochtoon</i>	<i>Totaal</i>
2000	6%	10%	9%
2001	6%	10%	9%
2002	6%	10%	9%
2003	6%	10%	9%
2004	6%	9%	9%
2005	6%	10%	9%
2006	6%	10%	9%
2007	7%	11%	10%
2008*	7%	11%	10%
2009*	7%	11%	10%

Bron: EIM, op basis van CBS.

\*) berekening gebaseerd op prognoses

De relatief lage etnische ondernemersquote hangt meer samen met de 1<sup>e</sup> generatie niet-westerse minderheden dan met de westerse 2<sup>e</sup> generatie etnische groepen (Tabel 39). De ondernemersquotes van alle groepen zijn gestegen maar de niet-westerse etnische groepen blijven iets achterlopen bij de westerse etnische groepen. Binnen de populatie 2<sup>e</sup> generatie niet-westerse beroepsbevolking is de ondernemersquote het laagst. Er heeft echter wel een stijging plaatsgevonden sinds 2000. Bovendien hangt de lage quote samen met het relatief grote aandeel 15-24 jarigen. Dit is een leeftijdsgroep waarbinnen in het algemeen weinig wordt ondernomen.

Tabel 39 Ondernemersquote etnische ondernemers naar type (Westers en niet-Westers), 2000 tot en met 2007

Jaar	Niet-Westers		Westers	
	1 <sup>e</sup> generatie	2 <sup>e</sup> generatie	1 <sup>e</sup> generatie	2 <sup>e</sup> generatie
2000	4%	3%	7%	8%
2001	5%	3%	7%	8%
2002	5%	3%	6%	8%
2003	5%	3%	6%	9%
2004	4%	3%	6%	8%
2005	5%	3%	6%	9%
2006	5%	3%	7%	9%
2007	6%	4%	8%	10%

Bron: EIM, op basis van CBS



In Tabel 40 is de ondernemersquote per leeftijdsklasse weergegeven. De ondernemersquote in een leeftijdsklasse is het aantal ondernemers in die leeftijdsklasse als percentage van de potentiële beroepsbevolking in die leeftijdsklasse. Opvallend is dat de etnische ondernemersquote van de groep 25 tot 44 jarigen met 2 procentpunt is toegenomen.

Tabel 40 Ondernemersquote per leeftijdsklasse naar herkomstgroep, 2000 en 2007

<i>Leeftijdsklasse</i>	<i>Etnisch</i>	<i>Autochtoon</i>	<i>Totaal</i>
<i>2000</i>			
15 en met 24	1%	1%	1%
25 – 44	6%	10%	9%
45 – 64	8%	11%	11%
Totaal	6%	10%	9%
<i>2007</i>			
15 en met 24	1%	1%	1%
25 – 44	8%	11%	10%
45 – 64	9%	12%	12%
Totaal	7%	11%	10%

*Bron: EIM, op basis van CBS.*

In Tabel 41 is te zien dat een nadere beschouwing van het type etnische ondernemer meer inzicht geeft in de ondernemersquote. Te zien is dat de tweede generatie niet-westerse etnische ondernemers een erg hoge ondernemersquote hebben in de groep 45-65 jarigen, evenals in 2000. Dit is een belangrijke constatering: de tweede generatie heeft een vrij sterke neiging tot ondernemen. Toch ligt de ondernemersquote van de gehele groep vrij laag omdat de potentiële bevoepsbevolking erg jong is. Velen zijn jonger dan 25 jaar.

Tabel 41 Ondernemersquote per leeftijdsklasse naar herkomstgroep en generatie

Leeftijdsklasse	Niet-westers		Westers	
	1 <sup>e</sup> generatie	2 <sup>e</sup> generatie	1 <sup>e</sup> generatie	2 <sup>e</sup> generatie
<i>2000</i>				
15 en met 24	1%	1%	1%	1%
25 – 44	5%	8%	6%	9%
45 – 64	4%	16%	7%	10%
Totaal	4%	3%	7%	8%
<i>2007</i>				
15 en met 24	1%	1%	1%	1%
25 – 44	6%	8%	8%	10%
45 – 64	6%	15%	9%	12%
Totaal	6%	4%	8%	10%

Bron: EIM, op basis van CBS

#### 9.4 Winst uit de onderneming van etnische ondernemers

Etnische ondernemers maken gemiddeld een lagere winst dan autochtone ondernemers. In de periode 2000-2009 is dit verschil enigszins toegenomen: de verhouding van de winst van etnische ten opzichte van autochtone ondernemers daalde van 0,90 naar 0,85. Dit is onder andere gerelateerd aan de relatief lage winstcijfers in de sector en leeftijdscategorie waarin veel etnische ondernemers zijn te vinden: respectievelijk de horeca en de groep 25-44 jarigen. In deze sector en leeftijdscategorie zijn etnische ondernemers qua winstcijfers verder achterop geraakt bij autochtone ondernemers.

De winst van etnische ondernemers blijft achter bij die van autochtone ondernemers, zoals te zien is in Tabel 42. In Tabel 42 staat de winstverhouding etnisch versus autochtone ondernemers opgenomen. In het jaar 2000 was de gemiddelde winst van etnische ondernemers bijvoorbeeld 90% van de gemiddelde winst van autochtone ondernemers. Sinds 2002 is de gemiddelde winst van etnische ondernemers ten opzichte van autochtone ondernemers steeds meer afgenomen. Was de winst van etnische ondernemers in 2002 nog 92% van de winst van autochtone ondernemers. In 2007 was de omvang van de gemiddelde winst van etnische ondernemers nog slechts 85% van de gemiddelde winst van autochtone ondernemers.

Tabel 42 Gemiddelde winst van ondernemers naar herkomstgroep, 2000 tot en met 2007  
(x1000 euro)

<i>Jaar</i>	<i>Etnisch (x1000 euro)</i>	<i>Autochtoon (x1000 euro)</i>	<i>Verhouding e/a</i>	<i>Totaal</i>
2000	23,8	26,3	0,90	26,0
2001	23,0	25,2	0,91	24,9
2002	24,0	26,2	0,92	26,0
2003	23,6	26,5	0,89	26,2
2004	24,1	27,6	0,87	27,2
2005	24,8	28,8	0,86	28,3
2006	28,3	32,9	0,86	32,3
2007	29,0	34,0	0,85	33,3
2008*	29,3	34,4	0,85	33,7
2009*	25,1	29,4	0,85	28,8

Bron: EIM, op basis van CBS.

\*) prognoses

Een opsplitsing van winstcijfers naar sector laat zien dat etnische ondernemers in 2000 qua winst relatief sterk achterbleven in de sector handel en reparatie (Tabel 43). Ook in de bouwnijverheid bleven de winstcijfers van etnische ondernemers sterk achter bij die van autochtone ondernemers. Binnen de sector zorg, openbaar bestuur en onderwijs waren de gemiddelde winstcijfers van etnische ondernemers juist beter dan die van autochtone ondernemers.

Over de hele linie is de winstverhouding tussen etnische en autochtone ondernemers schever geworden in 2007. Evenals in 2000 zijn de winstcijfers van etnische ondernemers in de bouw en de sector handel en reparatie relatief laag. Opvallend is ook de sterke relatieve verslechtering van de winstcijfers in de sector vervoer, opslag en communicatie. Binnen de sector zorg, openbaar bestuur en onderwijs zijn de winstcijfers in 2007 nog altijd beter dan de winstcijfers van autochtone ondernemers.

Tabel 43 Gemiddeld winst ondernemers per sector naar herkomstgroep, 2000 en 2007  
(x1000 euro)

<i>Sector</i>	<i>Etnisch</i>	<i>Autochtoon</i>	<i>Verhouding e/a</i>	<i>Totaal</i>
<i>2000</i>				
landbouw/visserij	22,8	22,9	1	22,9
delfstoffen/industrie/energie	23,5	26,4	0,89	26,1
bouwnijverheid	25,9	30,6	0,85	30,2
handel en reparatie	19,5	24,1	0,81	23,5
horeca	19,6	22,5	0,87	21,6
vervoer, opslag en communicatie	16,5	18,1	0,91	17,9
financiële instellingen	33,2	36,6	0,91	36,3
zakelijke dienstverlening etc.	25,7	27,6	0,93	27,3
zorg, openb. bestuur, onderwijs	46,6	44,8	1,04	45,1
overige dienstverlening etc.	12,8	14,6	0,88	14,4
<b>totaal</b>	<b>23,8</b>	<b>26,3</b>	<b>0,90</b>	<b>26,0</b>
<i>2007</i>				
landbouw/visserij	22,7	22,6	1	22,6
delfstoffen/industrie/energie	28,5	34,7	0,82	34,0
bouwnijverheid	27,7	35,3	0,78	34,4
handel en reparatie	19,9	29,0	0,69	27,7
horeca	22,4	27,2	0,82	25,6
vervoer, opslag en communicatie	22,2	30,8	0,72	29,3
financiële instellingen	54,0	55,5	0,97	55,4
zakelijke dienstverlening etc.	35,3	39,7	0,89	39,0
zorg, openb. bestuur, onderwijs	55,7	54,1	1,03	54,4
overige dienstverlening etc.	15,1	18,2	0,83	17,7
<b>totaal</b>	<b>29,0</b>	<b>34,0</b>	<b>0,85</b>	<b>33,3</b>

Bron: EIM, op basis van CBS.

In Tabel 44 wordt de gemiddelde winst per leeftijdsklasse weergegeven. In de leeftijdscategorie waarin de meeste etnische ondernemers zijn te vinden (zie Tabel 34 eerder in het rapport), 25 tot en met 44 jaar, zijn de winstcijfers van etnische ondernemers in de periode 2000-2007 verslechterd. In 2007 is de gemiddelde winst van etnische ondernemers in deze leeftijdscategorie nog geen 80% van de gemiddelde winst van autochtone ondernemers binnen dezelfde leeftijdscategorie. Dit is een verdere verslechtering sinds 2000, toen de gemiddelde winst van etnische ondernemers in deze leeftijdscategorie nog 88% bedroeg van de gemiddelde winst van autochtone ondernemers in dezelfde leeftijdscategorie.

In de periode 2000 tot en met 2007 is de gemiddelde winst van ondernemers tot en met 24 jaar nauwelijks veranderd. Autochtone ondernemers in deze leeftijdscategorie zijn echter gemiddeld genomen meer winst gaan maken, waardoor de verhouding etnisch/autochtoon schever is geworden.

Etnische 65+ ondernemers zijn aanzienlijk meer winst gaan maken in de periode 2000 tot en met 2007 waardoor de gemiddelde winst van deze categorie vergelijkbaar is geworden met de gemiddelde winst van autochtone 65+ ondernemers. Deze groep van etnische ondernemers van 65 jaar en ouder bestaat overigens voornamelijk uit westerse etnische ondernemers, zoals afgeleid kan worden uit Tabel 34 en Tabel 35 eerder in het rapport. Deze groep haalt in 2007 consequent hogere winsten dan de groep niet-westerse etnische ondernemers, zoals staat beschreven in Tabel 45 verderop in het rapport.

Tabel 44 Gemiddeld winst ondernemers per leeftijdsklasse naar herkomstgroep, 2000 en 2007 (x1000 euro)

<i>Leeftijdsklasse</i>	<i>Etnisch</i>	<i>Autochtoon</i>	<i>Verhouding e/a</i>	<i>Totaal</i>
<i>2000</i>				
tot en met 24	12,5	12,3	1,02	12,3
25 - 44	21,5	24,3	0,88	24,0
45 - 64	28,8	29,8	0,97	29,6
65+	15,0	20,2	0,74	19,8
Totaal	23,8	26,3	0,90	26,0
<i>2007</i>				
tot en met 24	12,3	14,9	0,83	14,5
25 - 44	26,3	33,1	0,79	32,0
45 - 64	34,7	37,0	0,94	36,8
65+	22,2	22,0	1,01	22,0
Totaal	29,0	34,0	0,85	33,3

Bron: EIM, op basis van CBS.

Tabel 45 laat zien dat vooral niet-westerse etnische ondernemers relatief lage winstcijfers hebben. De winstcijfers van westerse etnische ondernemers komen in de buurt van die van autochtone ondernemers. Opvallend is dat vooral de groep 25-44 jarigen achterblijft qua winstcijfers aangezien hier het grootste deel niet-westerse etnische ondernemers toe behoort. De relatief slechte winstcijfers van niet-westerse etnische ondernemers betekenen een verdere achteruitgang sinds 2000.

Tabel 45 Gemiddelde winst ondernemers per leeftijdsklasse naar type (niet-westers en westers), 2000 en 2007 (x 1000)

<i>Leeftijdsklasse</i>	<i>niet-westers</i>	<i>westers</i>	<i>Verhouding n/w</i>	<i>Totaal etnisch</i>
<i>2000</i>				
tot en met 24	13,4	10,7	1,25	12,5
25 – 44	19,7	22,8	0,86	21,5
45 - 64	23,4	30,0	0,78	28,8
65+	15,9	14,9	1,07	15,0
Totaal	20,0	25,7	0,78	23,8
<i>2007</i>				
tot en met 24	11,9	12,9	0,92	12,3
25 - 44	22,7	29,7	0,76	26,3
45 - 64	26,8	37,9	0,71	34,7
65+	20,2	22,4	0,90	22,2
Totaal	23,3	32,9	0,71	29,0

Bron: EIM, op basis van CBS

## 9.5 Etnische starters

In de periode 2000-2009 is het aantal etnische starters toegenomen tot 26.100. Etnische minderheden (van de eerste generatie) maken een steeds groter deel uit van het aantal starters: het aandeel steeg van 15% in 2000 tot 25% in 2009. Vooral Turken en Surinamers hebben een groter aandeel in het aantal starters. Er wordt vaak gestart in de bouwnijverheid (in 2007 25%) en relatief weinig in de zakelijke dienstverlening (12%).

In de periode 2000 tot en met 2009 is het aantal etnische starters (van de eerste generatie) toegenomen van 10.800 tot ruim 26.100 (Tabel 46). Het aandeel in het totale aantal starters groeide in dezelfde periode eveneens, van 15% tot 25%. Nieuwe ondernemingen betreffen dus steeds vaker etnisch ondernemerschap.

Tabel 46 Aantal startende ondernemers naar herkomst

<i>Jaar</i>	<i>Etnisch</i>	<i>Autochtoon</i>	<i>Aandeel etnisch</i>	<i>Totaal</i>
2000	10.800	59.200	15%	70.000
2001	12.000	50.500	19%	62.500
2002	11.000	48.000	19%	59.000
2003	10.700	47.400	18%	58.100
2004	12.800	57.100	18%	69.900
2005	14.900	65.800	18%	80.700
2006	16.800	73.300	19%	90.100
2007	19.130	82.670	19%	101.800
2008	22.614	84.786	21%	107.400
2009	26.114	78.786	25%	104.900

Bron: EIM, op basis van KvK

In Tabel 47 is te zien dat van de etnische starters een relatief groot deel van Turkse afkomst is in 2009 (17%). In 2004 was het aandeel Poolse starters ook 17%, maar dit aandeel is in 2009 afgenomen tot 7%. Dit komt door het vervallen van de verplichting dat nieuwkomers uit Oost-Europa zich als ondernemer laten inschrijven als zij in Nederland werkzaamheden willen uitvoeren. Meer in het algemeen is hierdoor het aandeel van Oost-Europese ondernemers aanmerkelijk gedaald. Dit is vooral goed te zien bij de Polen, omdat van deze groep de statistieken het beste zijn bijgehouden. Verder is er de laatste jaren een stijging waarneembaar bij Surinaamse starters alsmede Bulgaarse starters.

Tabel 47 Aandeel in etnische starters per herkomstland

<i>Jaar</i>	<i>Turkije</i>	<i>Marokko</i>	<i>Suriname</i>	<i>Antillen</i>	<i>Polen</i>	<i>Bulgarije</i>	<i>Roemenie</i>
2004	13%	7%	9%	4%	17%	onb.	onb.
2005	13%	6%	8%	3%	17%	onb.	onb.
2006	13%	6%	8%	4%	20%	onb.	onb.
2007	12%	7%	8%	4%	12%	8%	3%
2008	14%	7%	10%	5%	14%	13%	4%
2009	17%	8%	12%	onb.	7%	11%	4%

Bron: EIM, op basis van KvK

In Tabel 48 is te zien dat etnische starters in 2007 vaak kiezen voor ondernemen in de bouw. Daar staat tegenover dat er relatief weinig wordt gestart in de zakelijke dienstverlening. Autochtone Nederlanders starten juist vrij vaak in de zakelijke dienstverlening.

Tabel 48 Verdeling starters (%) naar herkomst en sector, 2007

<i>Sector</i>	<i>Etnisch</i>	<i>Autochtoon</i>	<i>Totaal</i>
landbouw/visserij	4%	2%	3%
delfstoffen/industrie/energie	4%	4%	4%
bouwnijverheid	25%	16%	18%
handel en reparatie	21%	18%	19%
horeca	5%	3%	3%
vervoer, opslag en communicatie	4%	3%	3%
financiële instellingen	0%	1%	1%
zakelijke dienstverlening etc.	12%	25%	23%
zorg, openb, bestuur, onderwijs	4%	8%	7%
overige dienstverlening etc.	21%	20%	20%

Bron: EIM, op basis van KvK

## 9.6 Etnische uitkeringstarters

In de periode 2002-2007 is het aandeel etnische minderheden in het aantal uitkeringstarters toegenomen van 19% naar 26%. Vooral het aandeel etnische starters vanuit de bijstand nam toe. In 2007 waren er bijna evenveel etnische als autochtone starters vanuit de bijstand (ruim 1.100). Starten vanuit de bijstand wordt relatief vaak gedaan door niet-westerse etnische minderheden.



In de periode 2002-2007 is het aantal uitkeringstarters toegenomen. In 2007 is het aandeel van etnische starters in deze populatie toegenomen zoals te zien is in Tabel 49. De voornaamste stijging van het aandeel is te zien in het starten vanuit de bijstand. Zelfs in absolute zin lag het aantal starters vanuit de bijstand bijna even hoog als bij autochtone starters vanuit de bijstand.

Tabel 49 Aantal starters vanuit een uitkering naar etniciteit, 2002 en 2007

Type uitkering	Etnisch	Autochtoon	Aandeel	Totaal
<i>2002</i>				
Arbeidsongeschiktheidsuitkering (WAO)	246	2.340	10%	2.586
WW	321	1.251	20%	1.572
Bijstand	434	570	43%	1.004
Totaal	1.001	4.161	19%	5.162
<i>2007</i>				
Arbeidsongeschiktheidsuitkering (WAO/WIA)	342	2.286	13%	2.628
WW	1.331	4.332	24%	5.663
Bijstand	1.118	1.174	49%	2.292
Totaal	2.791	7.792	26%	10.583

Bron: EIM, op basis van CBS

Westerse etnische starters starten relatief vaak vanuit de WW. Niet-westerse etnische starters starten relatief vaak vanuit de bijstand (Tabel 50). Bij niet-westerse etnische starters was dit patroon er ook al in 2002. Westerse starters startten in 2002 relatief vaak vanuit de WAO.

Tabel 50 Verdeling aantal starters vanuit een uitkering naar type (niet-westers en westers)

<i>Type uitkering</i>	<i>Niet-Westers</i>		<i>Westers</i>	
	1 <sup>e</sup> generatie	2 <sup>e</sup> generatie	1 <sup>e</sup> generatie	2 <sup>e</sup> generatie
<i>2002</i>				
Arbeidsongeschiktheidsuitkering (WAO)	15%	20%	29%	39%
WW	29%	28%	34%	37%
Bijstand	56%	53%	37%	25%
Totaal	100%	100%	100%	100%
<i>2007</i>				
Arbeidsongeschiktheidsuitkering (WAO/WIA)	9%	7%	14%	20%
WW	39%	51%	53%	63%
Bijstand	52%	42%	34%	17%
Totaal	100%	100%	100%	100%

Bron: EIM, op basis van CBS

Etnische starters vanuit een uitkering zijn in vergelijking met autochtone starters vrij jong (zie Tabel 51). Dit verschil was ook al zichtbaar - hoewel in minder sterke mate - in 2002. Bij etnische starters lijkt het meer te gaan om langduriger werklozen die op jongere leeftijd vanuit de bijstand starten. Bij autochtone starters gaat het mogelijk vaker om meer ervaren arbeidskrachten die om leeftijdsredenen werkloos zijn geraakt en nog binnen de termijn dat zij WW ontvangen een onderneming starten.

Tabel 51 Verdeling in leeftijdsklassen van starters vanuit een uitkering naar herkomst, 2002 en 2007

<i>Leeftijdsklasse</i>	<i>Etnisch</i>	<i>Autochtoon</i>	<i>Totaal</i>
<i>2002</i>			
tot en met 24	3%	1%	1%
25 - 44	65%	41%	46%
45 - 64	31%	56%	51%
65+	1%	2%	2%
Totaal	100%	100%	100%
<i>2007</i>			
tot en met 24	1%	1%	1%
25 - 44	68%	52%	57%
45 - 64	30%	45%	41%
65+	1%	2%	1%
Totaal	100%	100%	100%

Bron: EIM, op basis van CBS



## **Rachid Lechheb**

**Geboren in Den Haag op 30 september 1976**

**Ouders uit Marokko**

**Managing partner van eBrella, voor freelancers *in nieuwe media***

**Quote: “Werken aan nieuwe ideeën en concepten”**

---

Rachid weet al vroeg dat hij wil gaan ondernemen, en kiest voor de HBO-opleiding commerciële economie. Maar hij stopt er mee, en gaat aan het werk als de link met de praktijk blijkt te ontbreken. Hij verkoopt onder andere spaarpolissen aan de deur: ‘de ultieme koude acquisitie, maar ik heb er een hoop van geleerd’. Van een kennis hoort hij dat een IT-bedrijf een accountmanager zoekt, en zo komt hij eind jaren negentig terecht in de wereld van de digitale media. Rachid pakt nu ook zijn studie commerciële economie weer op in deeltijd, en maakt hem af. ‘Die opleiding was perfect. Ik heb er heel veel aan gehad, en kon het nu ook toepassen in de praktijk’. In 2005 stapt hij over naar fullservice internetbureau Tam Tam, waar de leiding ruimte biedt voor intrapreneurship van de medewerkers. Rachid komt er op het idee van een business model: formeren van een netwerk van freelance professionals op het gebied van digitale media, om vervolgens vraag naar en aanbod van deze professionals bij elkaar te brengen. Tam Tam-oprichters Bart en Paul Manuel steunen het initiatief, en nemen zelfs een aandeel in eBrella: Rachid’s eigen bedrijf dat van start gaat in het najaar van 2007<sup>1</sup>.

Het leukste aan ondernemen vindt hij de variatie aan werkzaamheden, de spanning van iets proberen en de voldoening als dat lukt en als je ‘iets nuttigs’ hebt gepresteerd. Hij heeft een speciale voorliefde voor de creatieve aspecten: nieuwe activiteiten en nieuwe kansen. Die sluiten aan op zijn sterke kanten: contacten met mensen, open staan voor en alert zijn op signalen uit de omgeving, en daar direct op reageren. Daarvoor heeft hij samen met 4 partners FortheHack opgericht, een ‘concept and idea factory’ voor start-ups met goede ideeën op het gebied van digitale media<sup>2</sup>. Zij kunnen in samenwerking met Forthehack en eventueel ook financiële steun verder werken aan de ontwikkeling en lancering, van idee naar bedrijf. Voor Rachid snijdt het mes van twee kanten: contact met nieuwe ideeën, elan en inspiratie van start-ups, en meedelen in de vruchten van het eventuele succes.

<sup>1</sup> Voor meer informatie: <http://www.ebrella.nl/>.

<sup>1</sup> Voor meer informatie: <http://www.forthehack.com/>.

FortheHack staat in februari 2010 binnen drie dagen wereldwijd op de kaart met PleaseRobMe. Deze website stelt het probleem van de online privacy plastisch aan de orde: via sociale media zoals Twitter en Facebook laten weten dat je niet thuis bent is nuttig voor inbrekers.

Aangejaagd door Twitter trekt [www.pleaserobme.com](http://www.pleaserobme.com) binnen drie dagen meer dan een miljoen unieke bezoekers, gevolgd door ruime aandacht van de internationale pers en TV. Tot in het Amerikaanse congres wordt het punt van de online privacy gemaakt.

Wat minder leuk en inspirerender is, zijn taken op het gebied van administratie en routineklussen. Noodzakelijk zijn ze wèl en Rachid beseft dat een goede organisatie het fundament is voor de toekomst. Die toekomst bestaat uit verdere groei van eBrella in omzet, winst en klanttevredenheid. 'Ik loop graag voorop en ben wel eens wat te ongeduldig. Dus moet ik meer tijd vrijmaken voor dat fundament. De interne organisatie moet worden versterkt: er moet een *kernteam* komen waardoor niet meer alles alleen van mij afhangt'. Daarnaast wil Rachid ook persoonlijk groeien als mens, en gewoon genieten van de ontwikkelingen binnen eBrella en FortheHack. Met het oog op de toekomst heeft hij alvast een holding opgericht waar toekomstige werkmaatschappijen onder moeten vallen. Export van de eBrella-formule naar het buitenland is een mogelijkheid, maar nog geen besluit. Ook daarvoor moet de organisatie in Nederland eerst stáán.

Voorzover zijn Marokkaanse roots een rol spelen is die vooral positief. Het bestaande referentiekader zorgt daar wel voor: zó kan het ook! 'Ik ben daar verder niet zo mee bezig. Je moet uitgaan van kansen, niet van problemen'. Rachid is niet aangesloten bij organisaties van etnische ondernemers, ziet de meerwaarde niet, maar is wel nieuwsgierig wat anderen er in zien nu hij weet van het bestaan ervan. Zelf ziet hij meer in een gevarieerd en divers netwerk van contacten, geënt op de markt waarin hij actief is.

## 10 Kenmerken

Dé etnische ondernemer bestaat niet. Het is belangrijk om onderscheid te maken naar eerste en tweede generatie en herkomstgroepering. Vooral binnen de populatie eerste generatie is de verscheidenheid ook weer aanzienlijk: het gaat hier om een combinatie van niet-westerse etnische groeperingen die in de jaren '70 en '80 naar Nederland zijn gekomen, in Nederland opgegroeide (veelal niet-westerse) groeperingen, vluchtelingen en westerse arbeidsmigranten.

Het is vooral binnen de populatie niet-westerse etnische minderheden dat ondernemerschap nog sterk een mannelijke aangelegenheid is. Opvallend is dat dit ook geldt voor de tweede generatie. Aan het opleidingsniveau kan het niet echt liggen: etnische minderheden van de tweede generatie zijn gemiddeld aanzienlijk hoger opgeleid dan hun ouders en hebben hun opleiding ook in Nederland genoten. Anderzijds maakt dit dat de tweede generatie betere kansen heeft op de arbeidsmarkt en daardoor minder vaak vanwege push-motieven tot ondernemerschap overgaat.

De tweede generatie niet-westerse etnische ondernemers neigen naar een hogere kwaliteit van ondernemerschap. De spreiding over sectoren is groter. Men is bijvoorbeeld meer gericht op hoogwaardige dienstverlening waarvoor een hogere opleiding vereist is. Verder zijn het assortiment, de bedrijfsvoering en de afzetmarkt minder informeel en traditioneel. Westerse arbeidsmigranten bepalen tegenwoordig voor een deel het etnisch ondernemerschap, onder meer in de bouw.

Onder experts, ondernemers en vertegenwoordigers uit de kring van etnische ondernemers is een reeks face-to-face interviews gehouden, met etnisch ondernemerschap – met name niet-westers etnisch ondernemerschap – als onderwerp. Op basis van deze interviews wordt in de hoofdstukken 10, 11 en 12 ingegaan op de kenmerken van etnisch ondernemerschap, alsmede het gedrag (bijvoorbeeld innovatie) en prestaties (bijvoorbeeld omzetcijfers) van etnische ondernemers.

Specifiek wordt in Hoofdstuk 10 ingegaan op de kenmerken van etnische ondernemers en de kenmerken van bedrijven van etnische ondernemers.

### 10.2 Ondernemer

#### *Generatie*

Sprekend met experts, ondernemers en vertegenwoordigers uit de kring van etnisch ondernemerschap komt al snel het onderscheid tussen eerste en tweede generatie aan de orde. Bij de eerste generatie denkt men dan in de eerste plaats aan de leden van etnische groeperingen die in de jaren zeventig tot tachtig op zoek naar werk naar Nederland zijn gekomen en die nu inmiddels veelal op gevorderde leeftijd zijn. Maar ook de instroom uit eerdere migratiestromen, zoals uit Oost-Europa en Suriname en de toenmalige Nederlandse Antillen, behoort tot deze generatie.

Er is echter een groep van nieuwe leden van etnische groeperingen die eveneens eerste generatie zijn. Dit zijn de nieuwe immigranten en vluchtelingen, die jonger zijn, deels hoger opgeleid en wat betreft herkomst diverser dan de oude eerste generatie. Kenmerkend voor alle groepen eerste generatie ondernemers zijn een doorgaans slechte beheersing van de Nederlandse taal, zwakke inbedding in de Nederlandse samenleving en onbekendheid met de Nederlandse gewoonten. Ook de arbeidsmigranten uit de Oost-Europese EU-lidstaten zijn eerste generatie. Een aanmerkelijk deel hiervan komt als ondernemer naar Nederland. Naar het zich laat aanzien volgen deze ondernemers de vraag naar hun diensten en is het verblijf in Nederland waarschijnlijk voor de meesten tijdelijk.

Dan is er een groep leden van etnische groeperingen die weliswaar tot de eerste generatie wordt gerekend, maar die zich niet of nauwelijks van de tweede generatie onderscheidt: de in het buitenland geboren kinderen van de eerste generatie die hun jeugd in Nederland hebben doorgebracht. Deze groep is jonger, heeft (een groot deel van) de opleiding in Nederland gevolgd, beheerst de Nederlandse taal en is bekend met de Nederlandse gewoonten.

Ten slotte is er de groep waaraan men in eerste instantie denkt bij het begrip tweede generatie: de in Nederland geboren en opgeleide leden van etnische minderheden. Ook hier betreft het jongeren, die de Nederlandse taal beheersen en de Nederlandse gewoonten kennen.

Ondernemerschap was en is voor diegenen die niet in Nederland zijn opgeleid, de Nederlandse taal niet of slecht beheersen en de Nederlandse gewoonten slecht kennen veelal een keuze uit noodzaak: men kon of kan geen aansluiting houden of vinden met de Nederlandse arbeidsmarkt. Een kenmerkende uitzondering hierop vormen de ondernemers uit de Oost-Europese EU-lidstaten: zij komen als ondernemer of zetten de stap naar ondernemerschap vanwege de vraag naar hun diensten op de Nederlandse markt.

Leden van etnische groeperingen die hun opleiding in Nederland hebben gevolgd, de Nederlandse taal beheersen en de Nederlandse gewoontes kennen, kiezen vaker vanwege pull-factoren voor het ondernemerschap. Maar ook onder deze groep zijn er – zeker bij teruglopende economische ontwikkeling – velen die moeite hebben de aansluiting met de arbeidsmarkt te houden of te krijgen en waar de stap naar ondernemerschap ook door push-factoren is ingegeven.

#### *Herkomstland*

Het meest onderscheidende aan etnische ondernemers is dat er sprake is van een herkomstland anders dan Nederland. Dat we toch eerst het kenmerk generatie hebben aangesneden is omdat generatie in belangrijke mate verschillen in herkomstland verklaren. De oude eerste generatie heeft voor een groot deel zijn wortels in Turkije, Marokko, Suriname en de toenmalige Nederlandse Antillen. De eerste ondernemers van de (nieuwere) eerste generatie Oost-Europese ondernemers waren vooral Polen, later gevolgd door Bulgaren.

Wat betreft de nieuwe eerste generatie van in het buitenland geboren ondernemers maar met opleiding in Nederland, zijn het de herkomstlanden van de ouders die de etnische achtergrond bepalen. Het betreft hier met name Turkije en Marokko. De herkomstlanden van de nieuwe eerste generatie die wordt gevormd door nieuwe migranten en vluchtelingen laat een diversiteit aan herkomstlanden zien: voormalig Joegoslavië, Irak, Iran, Afghanistan, Somalië, en andere landen.

### *Geslacht*

Ondernemerschap is bij leden van niet-westerse etnische groeperingen voor een belangrijk deel een mannelijke aangelegenheid. Dit geldt het sterkst voor de 1<sup>e</sup> generatie, maar het geldt ook voor de 2<sup>e</sup> generatie. Cultureel-maatschappelijke verschillen maken evenwel dat er tussen groepen van verschillende etnische achtergrond verschillen in de mate van ondernemerschap van vrouwen bestaan. Bepalend hiervoor is de mate van maatschappelijke en economische zelfstandigheid van vrouwen. Voor verschillende etnische groepen geldt ook voor de tweede generatie dat wat dit betreft nog een weg te gaan is. Het beperkte aandeel vrouwelijke etnische ondernemers heeft een drukkend effect op de ondernemerschapquote onder de beroepsbevolking van niet-westerse etnische minderheden. Naar verwachting zal wanneer de sociale en economische zelfstandigheid van vrouwen groter wordt ook het aandeel ondernemers toenemen.

Westerse etnische ondernemers zijn juist relatief vaak vrouw. Hier kunnen twee punten worden genoemd. Enerzijds wordt het aandeel vrouwen positief beïnvloedt door arbeidsmigratie van westerse etnische groeperingen van buiten Nederland. Men komt dan vaak juist naar Nederland om te ondernemen, ook als men vrouw is. Ten tweede heeft Nederland een relatief lage score op gelijkheid ten opzichte van een aantal andere westerse landen. Het is voor vrouwen uit de betreffende landen vaak gewoner om te werken en ondernemen.

### *Opleiding*

In grote lijnen kan het opleidingsniveau van etnische ondernemers aangeduid worden aan de hand van de onderscheiden groepen op basis van generatie. De oude 1<sup>e</sup> generatie is doorgaans lager opgeleid dan de nieuwe eerste generaties en de 2<sup>e</sup> generatie. Tussen de nieuwe eerste generatie laat zich dan het onderscheid aanbrengen tussen ondernemers die hun opleiding in Nederland hebben gevolgd, in Oost Europa of in diverse andere landen. Onder die laatste groep bevinden zich veel hoger opgeleide migranten en vluchtelingen, maar de slechte aansluiting van hun opleiding op de Nederlandse eisen en de gebrekkige kennis van de Nederlandse taal plaatst deze groep op achterstand. Daarvan hebben de Oost-Europese ondernemers, ondanks de beperkte kennis van de Nederlandse taal, geen last omdat er veel vraag is naar hun arbeid.

## 10.3 Bedrijf

Veel bedrijven van ondernemers van de oudere eerste generatie hadden wat betreft assortiment en/of afzetmarkt binding met het land van herkomst van de ondernemer. Dat is bij de bedrijven van de opvolgende tweede generatie weliswaar nog voor een deel het geval, maar toch onderscheiden deze bedrijven zich van die van de eerste generatie. De spreiding over sectoren is groter en binnen sectoren zijn het assortiment, de bedrijfsvoering en de afzetmarkt niet meer zo overwegend traditioneel. Onder deze ondernemers is er een aanzienlijk deel die de etnische achtergrond geen relevant aspect van het bedrijf en het ondernemerschap vinden. Deze bedrijven leunen ook minder op de directe omgeving van de ondernemers wat betreft arbeidskrachten dan de bedrijven van de oudere eerste generatie. Filialisering en ketenvorming (franchising) hebben er hun intrede gedaan. Onder deze groep zijn ook veel meer professionals in de zakelijke dienstverlening. Deze professionals kunnen een bijdrage leveren aan het versterken van het etnisch ondernemerschap in het algemeen.



Ondernemers uit Oost-Europa zijn in grote meerderheid zzp'ers, waarvan een aanzienlijk deel werkzaam is in de bouwnijverheid. Deze ondernemers verworven en behouden hun positie op de markt met hun vakmanschap en lage prijzen. Overigens is er een periode geweest dat nieuwkomers uit Oost-Europa verplicht waren zich als ondernemer te laten inschrijven als zij in Nederland werkzaamheden wilden uitvoeren. Na het vervallen van deze verplichting is het aantal ingeschreven Oost-Europese ondernemers aanmerkelijk gedaald. Wat allerm minst wil zeggen dat zij niet meer als ondernemer in Nederland actief zijn.

Ondernemers die hun etniciteit en hun binding met het land van herkomst inzetten voor hun bedrijf kunnen daarmee voordelen behalen wanneer de kennis en kunde van de eigen etnische achtergrond strategisch wordt ingezet bij de keuzes die de ondernemer maakt voor klantgroepen en producten.



## 11 Gedrag

Vergaande innovaties komen momenteel nauwelijks voort vanuit het etnische ondernemerschap. Een beperkte toegang tot bancaire financiering wordt hier genoemd als belangrijke oorzaak.

Etnische ondernemers maken weinig gebruik van het generieke ondernemers-instrumentarium. De traditionele etnische ondernemer leunt zwaar op personen uit de directe omgeving van de ondernemer. De tweede generatie etnische ondernemers weet inmiddels de weg te vinden naar ondersteuning in de uitdijende kring van etnische ondernemers in de zakelijke dienstverlening.

Samenwerken en aansluiten bij netwerken gebeurt vrij weinig onder etnische ondernemers. Ook worden etnisch ondernemers moeilijk bereikt door het ondernemersinstrumentarium. Als etnisch ondernemers samenwerken of zich organiseren dan gebeurt dit meestal langs etnische lijnen, maar dit fenomeen doet zich in absolute zin ook niet erg vaak voor. Een uitzondering wordt gevormd door Oost-Europese zzp'ers voor wie netwerksamenwerking vrij gangbaar is. Verder is het internationale karakter van etnisch ondernemerschap beperkt, ondanks de potentie van biculturaliteit.

De eerste generatie ondernemers is vaak tamelijk slecht voorbereid op het ondernemen. Dit hangt samen met de ambities: men wordt ondernemer om in het eigen levensonderhoud te kunnen voorzien. Groeiambities worden meer aangetroffen onder etnische ondernemers van de tweede generatie. Deze groep werkt bijvoorbeeld ook met franchiseconcepten.

### 11.1 Inleiding

In Hoofdstuk 11 wordt ingegaan op de volgende aspecten:

- innovatie
- gebruik maken van ondersteuning
- samenwerking
- internationalisering
- toekomst van het bedrijf

### 11.2 Innovatie

Innovatie is bij etnische ondernemers meestal cultureel ingebed. Het zijn over het algemeen toevoegingen aan het mainstream productaanbod, nieuwe productmarktcombinaties en procesinnovaties. Innovaties in de vorm van nieuwe producten of diensten op de markt brengen komen relatief weinig voor.

Gebaseerd op de binding met het herkomstland (van de ondernemer zelf of van de ouders) kunnen ook vernieuwingen worden geïntroduceerd. Omdat etnische ondernemers kennis hebben van ondernemen in twee culturen en netwerken in twee landen kunnen hebben, kunnen er nieuwe zakelijke mogelijkheden worden

aangeboord. Dit kan twee kanten uit: zaken doen vanuit Nederland met het herkomstland of introductie van producten en diensten vanuit het herkomstland op de Nederlandse markt. Een tussenvorm is het zaken doen met de bevolkingsgroep uit het herkomstland die zich heeft gevestigd in andere landen.

Als een belemmering voor (vergaande) innovatie wordt gewezen op de moeilijke toegang tot (bancaire) financiering.

### 11.3 Ondersteuning

Etnische ondernemers maken weinig gebruik van het generieke ondernemersinstrumentarium. De traditionele etnische ondernemer leunt zwaar op personen uit de directe omgeving van de ondernemer. Het gebruik van fiscale faciliteiten is beperkt en de weg naar subsidies is veelal onbekend. De moderne etnische ondernemer weet de nodige ondersteuning te vinden. Daarbij speelt de uitdijende groep van professionals in de zakelijke dienstverlening uit eigen kring een belangrijke rol. Die professionals leveren een bijdrage aan het versterken van – onder meer - het etnisch ondernemerschap. Deze professionals kunnen etnische ondernemers ook binnenloodsen in de wereld van fiscale faciliteiten en subsidies.

### 11.4 Samenwerking en ondernemersorganisaties

Samenwerken komt onder etnische ondernemers langzaam op gang. Dit betreft dan in het bijzonder ondersteunende bedrijfsmatige samenwerking: inkoop, onderlinge levering van ondersteunende diensten, professionele ondersteuning. Samenwerking op de kernactiviteiten komt nog heel weinig voor. Onder de Oost-Europese zzp'ers is netwerksamenwerking echter wel gangbaar. Wanneer etnische ondernemers samenwerken betreft het veelal personen uit de eigen etnische groep. Recente loten aan de stam van samenwerking zijn de commerciële formules (franchising).

Etnische ondernemers worden door organisaties die deel uitmaken van het reguliere ondernemerschapinstrumentarium nauwelijks bereikt. Dat is niet alleen een kwestie van taal. Ook verschillen in ondernemerschapscultuur spelen een rol. Voor veel etnische ondernemers is het instrumentarium niet, zoals voor autochtone ondernemers, een vanzelfsprekendheid. Daarnaast doet men makkelijk een beroep op (vermeende) deskundigheid in eigen kring. De organisaties uit het ondernemerschapinstrumentarium slagen er niet in hun meerwaarde duidelijk over te brengen.

Ook wat betreft ondernemersorganisaties missen etnische ondernemers de aansluiting bij de reguliere organisaties. Zij organiseren zich bij voorkeur langs etnische lijnen, maar ook dat doet men niet in grote getale. Dit is de keerzijde van de grote mate van zelfredzaamheid die kenmerkend is voor het etnische ondernemerschap. Het lijkt erop dat vooral de meer ambitieuze en grotere ondernemers van de tweede generatie zich organiseren. Met name onder deze ondernemers vinden business clubs weerklank.

### 11.5 Internationalisering

Over het algemeen is de zakelijke internationale dimensie van etnisch ondernemerschap beperkt, maar wel is er sprake van een langzame toename. Het benutten van banden met twee landen geeft het zaken doen van de desbetreffende ondernemers een internationaal karakter.

Daarnaast is er - nog steeds - een groep van importbedrijven die producten importeert vanuit de herkomstlanden van etnische groeperingen in Nederland. Van ouds waren deze bedrijven sterk gericht op de afnemers uit dezelfde etnische groepering, maar er heeft inmiddels marktverbreding plaatsgevonden.

### 11.6 Toekomst van het bedrijf

De voorbereiding op het ondernemerschap was bij de oudere eerste generatie doorgaans tamelijk slecht. Ook eerste generatie nieuwe migranten en vluchtelingen is slecht voorbereid op het ondernemerschap. De ambities hangen hiermee samen. Het belangrijkste doel van deze ondernemers is het verwerven van een inkomen voor zichzelf en de familie. De groeiambities zijn doorgaans beperkt.

De ambities van de groep zzp'ers onder de etnische ondernemers verschillen op het oog niet van de ambities van autochtone zzp'ers.

Meer ambitieuze ondernemers worden vooral aangetroffen onder de tweede generatie ondernemers. De franchiseconcepten zijn hiervan een uiting.

Veel bedrijven van etnische ondernemers zijn persoonsgebonden, hetgeen van invloed is op de continuïteit van het bedrijf. Wanneer wel sprake is van bedrijfs-overdracht verandert de overnemer steeds vaker de bedrijfsvoering en de afzetmarkt van het bedrijf. Ook hier geldt dat dit gedrag niet of nauwelijks afwijkt van autochtone overnamestarters.

## **Najat Annanaz**

**Geboren op 2 augustus 1977 in Marokko**

**Als kleuter naar Duitsland**

**Het Kinderhuisje, kinderdagverblijf in Den Haag**

**“Kleinschalige kinderopvang met een *huiselijke* sfeer”**

---

Najat komt op vijfjarige leeftijd met haar ouders naar Duitsland. Ze groeit er Duits op in een volledig Duitse omgeving. Dan ontmoet ze een Nederlandse man van Marokkaanse afkomst, trouwt en verhuist naar Den Haag. Daar maakt ze kennis met een cultuur die ze vanuit Duitsland niet kende: een Marokkaanse subcultuur van mensen die vooral elkaar opzoeken en minder integreren in de Nederlandse samenleving. Najat moet erg wennen aan haar nieuwe omgeving, maar vindt de etnische en culturele verscheidenheid van de wijken Transvaal, Zuiderpark en Schilderswijk wèl inspirerend.

Ze werkt al jaren met kinderen, en wil zelfstandig werken graag combineren met de zorg voor haar eigen kinderen: flexibel je eigen tijd kunnen indelen. En ze ziet in haar omgeving een gat in de markt voor kleinschalige kinderopvang met een “huiselijke” sfeer en persoonlijke aandacht. Het doorsnee Nederlandse kinderdagverblijf is strak, bijna *schools* georganiseerd, en de personal touch ontbreekt. Ze besluit een kinderdagverblijf te beginnen naar haar eigen idee, en in 2008 gaat Het Kinderhuisje van start, midden in een van de etnisch meest diverse buurten van Nederland, met Marokkanen, Turken, Surinamers, (autochtone) Nederlanders en anderen, en de laatste jaren ook veel Polen en Bulgaren. Najat dankt aan haar Marokkaans-Duitse achtergrond een extra ‘antenne’ voor etnische verschillen waar ze in haar werk profijt van heeft. Het kinderdagverblijf heeft nu één vaste medewerkster.

Najat gaat voor de intake bij de ouders op bezoek: ‘dan krijg je gelijk een idee van de opvoeding die de kinderen krijgen, en de gewoontes bij hen thuis. Ik vind het ook heel interessant om te ervaren welke ideeën de verschillende etnische groepen daar over hebben’. Verder organiseert ze bijeenkomsten met de ouders, en nodigt ze uit om een dagdeel of langer zelf te komen kijken hoe hun kind het doet bij Het Kinderhuisje. ‘Dat is iets speciaals van ons: dat doet geen enkel ander kinderdagverblijf!’. Een kinderdagverblijf heeft ook een functie in het kader van inburgeren en integratie, zoals leren van de taal. ‘Sommige ouders kunnen daarbij wèl een beetje hulp gebruiken!’. In haar omgeving heeft ze de markt voor kinderopvang verkend. Ze stelde bijvoorbeeld vast dat Turkse vrouwen nauwelijks economisch actief zijn, en dus ook geen behoefte hebben aan kinderopvang. Op de vraag “hoe leg ik contact met de (divers samengestelde) doelgroep?” is het antwoord een flyer in alle talen van de omringende wijken. En dat werkt.

In de toekomst moet Het Kinderhuisje groter worden, en Najat is daarvoor al op zoek naar passende huisvesting. En ze denkt aan uitbreiding naar buitenschoolse opvang. Maar eerst wil ze haar opleiding management kinderopvang afmaken. Onzekerheid over hoe het overheidsbeleid gaat uitpakken voor de kinderopvangsector is een extra argument om nog even pas op de plaats te maken. Met het diploma denkt Najat twee vliegen in één klap te slaan: beter voorbereid op toekomstige groei, en meer vertrouwen bij ouders in een gediplomeerde professional.

Het is sinds de start niet allemaal vanzelf gegaan. Najat krijgt te maken met ouders die na de intake niets meer laten horen. Of na drie maanden ineens opbellen: kan hun kind de volgende maandag terecht? Een kinderdagverblijf heeft ook te maken met regelgeving op het gebied van hygiëne, kwaliteitseisen en brandveiligheidsvoorschriften. Als onderdeel van een grote organisatie zijn de vergunningen geregeld, en is de controle routinematig. Maar eenmaal zelfstandig komen alle controleurs weer langs, ook als er verder niets is veranderd. En dan zijn er de banken die na de kredietcrisis ineens zekerheden eisen voor iedere euro: 'rondkrijgen van de hypotheek voor het pand lukte maar niet'. Het zorgt alles met elkaar voor veel stress en extra werk.

## 12 Prestaties

Etnisch ondernemerschap is overwegend kleinschalig. Dientengevolge zijn de omzet- en winstniveaus beperkt. De opbrengst neemt echter wel toe, evenals de overlevingskans. Voor financiering leunen etnische ondernemers nog altijd sterk op de directe sociale kring. De behoefte aan financiering is echter ook niet altijd groot door het aandeel zzp'ers en starters in de zakelijke dienstverlening.

### 12.1 Inleiding

Hoofdstuk 12 gaat in op de opbrengst van het bedrijf van etnische ondernemers en financiering binnen etnisch ondernemerschap.

### 12.2 Opbrengst van het bedrijf

In lijn met de kleinschaligheid die kenmerkend is voor bedrijven van etnische ondernemers zijn de opbrengsten van de bedrijven doorgaans beperkt. In lijn met de hiervoor aangeduide ontwikkelingen van groei, internationalisering en samenwerking, neemt de opbrengst van de bedrijven toe. Toch moet niet worden vergeten dat er reeds nu bedrijven van etnische ondernemers zijn die de kleinschaligheid zijn ontstegen.

Met de komst van de tweede generatie ondernemers is ook de overleving van bedrijven verbeterd. Hierbij geldt evenwel dat veel kleinschalige bedrijven niet worden overgedragen of verkocht. De Oost-Europese zzp'ers zijn niet gericht op overleven van het bedrijf op lange termijn. Zij zullen terugkeren naar het land van herkomst. Voor deze ondernemers staat het realiseren van een zo groot mogelijke opbrengst op korte termijn voorop.

### 12.3 Financiering

Voor het verkrijgen van bancaire financiering is beheersing van de Nederlandse taal en kennis van de Nederlandse gewoonten een absolute must. Het zijn dus vooral de (potentiële) etnische ondernemers van de eerste generatie die wat dit betreft een achterstand hebben en die weinig kans maken op het verkrijgen van financiering. Zij waren en zijn aangewezen op de kring van personen rondom de (potentiële) ondernemer. Daar komt bij dat veel bedrijven kleinschalig zijn, hetgeen ook voor bedrijven van autochtone ondernemers een zwakke basis is voor het verkrijgen van bancaire financiering.

De tweede generatie ondernemers heeft in principe betere papieren voor het verkrijgen van bancaire financiering. De behoefte hieraan is evenwel voor veel (potentiële) ondernemers echter niet zo groot omdat velen starten in de dienstverlenende sectoren met een beperkte kapitaalbehoefte. Ook de zzp'ers waarvoor geldt dat arbeid hun belangrijkste product is, hebben slechts beperkt behoefte aan bancaire financiering.



Mindere afhankelijkheid van bancaire financiering kan in tijden van economische teruggang voor de ondernemer een voordeel zijn. Financiers uit de directe kring van de ondernemer zullen eerder dan banken begrip hebben voor het feit dat de ondernemer op dat moment niet kan terugbetalen.

Uit de Financieringsmonitor blijkt dat meer dan de helft van de MKB bedrijven bedragen van minder dan € 100.000 vragen. Ongeveer 20% van de bedrijven heeft een financieringsbehoefte van € 250.000 en meer. Grote bedragen komen zoals verwacht relatief vaker voor bij de grotere bedrijven van 50 en meer werknemers. Omdat etnisch ondernemerschap vaak kleinschalig is, mag verwacht worden dat financieringsvragen van kleine bedragen bij de etnische ondernemers relatief vaak zullen voorkomen.



## 13 Achtergronden

In Hoofdstuk 13 worden de resultaten van een groepsdiscussie weergegeven. Deelnemers aan deze discussie waren experts, ondernemers en vertegenwoordigers uit de kring van etnische ondernemers. Evenals bij de resultaten van de groepsdiscussie over vrouwelijk ondernemerschap (zie Hoofdstuk 7) zijn de resultaten een mengeling van percepties en ervaringen van de deelnemers aan de discussie. Voor de weergave van de resultaten is een indeling gemaakt naar:

- drempels bij starten en overleven
- algemene initiatieven op het gebied van ondernemerschap
- overige punten

### *Drempels bij starten en overleven*

De neiging om ondernemer te worden lijkt behoorlijk sterk. Ondanks deze mate van populariteit wordt er niet erg vaak overgegaan op het ondernemerschap door etnische minderheden. Hier worden twee punten van belang genoemd: ten eerste is de financiële onzekerheid vaak een drempel. Potentiële etnische ondernemers kampen vaak met beperkte financiële buffers. Ten tweede geldt voor de tweede generatie niet-westerse etnische minderheden dat zij een relatief hoog opleidingsniveau hebben. Deze opleiding, in combinatie van een goede beheersing van de Nederlandse taal, maakt dat noodgedwongen ondernemerschap minder aan de orde is, en deze groep beproeft eerst zijn geluk op de reguliere arbeidsmarkt. Het ondernemerschap is een secundaire stap. De tweede generatie heeft dus meer kansen en voelt zich minder gedwongen om tot ondernemerschap over te gaan.

Het over de drempel helpen van etnische ondernemers zou gericht moeten zijn op het wegwerken van de reële drempels. Gedacht wordt bijvoorbeeld aan een vouchersysteem, waarbij de ondernemer van de overheid eenmalig een bedrag krijgt om goede ondersteuning en advies in te kopen. Daarnaast wordt het stimuleren van coaching als behulpzaam genoemd. Etnische ondernemers stappen nog te vaak in vermijdbare vallen. Ervaren (etnische) ondernemers kunnen door coaching voorkomen dat starters onderuit gaan in de beginfase. Het ontbreken van een voldoende steun biedend en inspirerend netwerk zou zo deels kunnen worden gecompenseerd. Bovendien kunnen initiatieven als vouchers en coaching helpen om de etnische ondernemers meer bekend te maken met relevante wet- en regelgeving. Deze kennis is nogal eens onvoldoende.

### *Algemene initiatieven op het gebied van etnisch ondernemerschap*

Er zijn vrij veel initiatieven op het gebied van etnisch ondernemerschap. Er lijkt geen tekort te zijn aan impulsen om etnisch ondernemerschap te stimuleren. In plaats van het aantal impulsen uit te breiden lijkt het meer zaak om de impulsen beter te laten aansluiten op de populatie etnische ondernemers. De doelgroep wordt bijvoorbeeld maar moeilijk bereikt door een instantie als de Kamer van Koophandel. Enerzijds heeft de doelgroep onvoldoende kennis van het ter beschikking staande instrumentarium. Anderzijds lijkt het instrumentarium onvoldoende afgestemd op de etnische ondernemers. Ook de bestaande ondernemersnetwerken zijn nog onvoldoende ingericht om etnische ondernemers te bereiken.

*Overige punten*

- Etnische ondernemers zijn weinig gericht op organiseren, samenwerken en netwerken. Als er een behoefte is aan organiseren dan gebeurt dit vaak langs etnische lijnen.
- Generiek ondernemersbeleid lijkt de voorkeur te hebben boven specifiek beleid. Etnische ondernemers denken vaak dat etniciteitsgerelateerde problemen (matige taalbeheersing, beperkte kennis van de Nederlandse gewoonten, en een beperkt opleidingsniveau) zullen verminderen naarmate etnische groepen over meerdere generaties lid zijn van de Nederlandse samenleving.

## BIJLAGE I    Extra tabellen

Tabel 52 Onderverdeling etnische ondernemers naar type (Westers of niet-Westers), 2000 tot en met 2007 (aantal personen x1000)

	<i>Niet-Westers</i>	<i>Westers</i>	<i>Totaal etnisch</i>
2000	39 (34%)	76 (66%)	114
2001	44 (36%)	78 (64%)	121
2002	46 (37%)	78 (63%)	123
2003	48 (38%)	78 (62%)	125
2004	48 (39%)	75 (61%)	123
2005	49 (39%)	78 (61%)	127
2006	55 (39%)	85 (61%)	140
2007	61 (40%)	91 (60%)	152

Bron: EIM, op basis van CBS

Tabel 53 Gemiddelde winst etnische ondernemers per sector naar type (niet-Western en Western) en generatie, 2000 en 2007 (x1000 euro)

	<i>Niet-Western</i>		<i>Western</i>	
	<i>1<sup>o</sup> generatie</i>	<i>2<sup>o</sup> generatie</i>	<i>1<sup>o</sup> generatie</i>	<i>2<sup>o</sup> generatie</i>
<i>2000</i>				
landbouw/visserij	35,8	20,1	18,3	20,1
delfstoffen/industrie/energie	20,4	21,3	24,2	24,9
bouwnijverheid	26,4	23,5	23,8	26,9
handel en reparatie	15,1	18,2	19,6	23,4
horeca	18,6	16,7	22,9	21,2
vervoer, opslag en communicatie	15,2	10,5	14,9	18,8
financiële instellingen	29,5	31,6	29,9	35,4
zakelijke dienstverlening etc.	25,8	23,3	23,4	27,3
zorg, openb. bestuur, onderwijs	34,4	45,1	48,9	50,4
overige dienstverlening etc.	12,0	11,4	11,9	13,9
<b>totaal</b>	<b>19,9</b>	<b>21,1</b>	<b>23,8</b>	<b>26,8</b>
<i>2007</i>				
landbouw/visserij	27,5	26,7	20,9	21,1
delfstoffen/industrie/energie	24,9	22,7	29,2	31,2
bouwnijverheid	29,0	27,6	24,1	30,5
handel en reparatie	15,0	15,6	20,8	26,6
horeca	21,1	20,2	26,2	25,6
vervoer, opslag en communicatie	16,9	16,5	24,9	31,2
financiële instellingen	46,6	52,1	51,0	57,0
zakelijke dienstverlening etc.	31,2	30,6	31,7	40,2
zorg, openb. bestuur, onderwijs	44,1	43,9	58,0	63,3
overige dienstverlening etc.	12,8	13,6	14,3	17,4
<b>totaal</b>	<b>23,1</b>	<b>24,3</b>	<b>28,7</b>	<b>35,5</b>

Bron: EIM op basis van CBS

## BIJLAGE II Deelnemers interviews etnisch ondernemerschap

Tabel 54

<i>Naam deelnemer</i>	<i>Organisatie</i>
K. Rusinovic	Erasmus Universiteit Rotterdam
H. van den Tillaart	ITS
E. Engelen	Universiteit van Amsterdam
S. Öztürk	HOTIAD
R. Lechheb	e-Brella
M. Bouimj	MARONED
E. Engel	Winst en Waarden
P. Gelens	Ideerijk
J. Martie	IntEnt
L. Lin	Horeca Nederland
S. Atasever	Dutch Dream Foundation
I. Özgül	HOGIAF
M. Lewandowski	VPNO
N. Erdem	Rogiad





## BIJLAGE III Deelnemers groepsbijeenkomsten

### Vrouwelijk ondernemerschap

Tabel 55

<i>Naam deelnemer</i>	<i>Type onderneming</i>
A. Visser- den Hartog	Eigenaar cafetaria
T. Ragetlie	VVE Beheer
N. Visscher-van Norden	Welzijns- en Businesscoach
M. Zwetsloot	Beeldend kunstenaar
C. Hansen	Galeriehouder
S. Lont	Goudsmid
M. Huijgen	Vertaler Frans
L. Kooijman	Groothandelaar cosmetica

### Etnisch ondernemerschap

Tabel 56

<i>Naam deelnemer</i>	<i>Bedrijf</i>
Lisette Boeren	Mediashakers
Abdel Razak Chraou	Tawasol BV
Jacques van Gerwen	IISG
Sedat Akdag	ADO Bike
Rachid Lechheb	eBrella
Selcuk Ozturk	HOTIAD



## BIJLAGE IV Enquête vrouwelijk ondernemerschap

### Introductie

Goedemorgen/-middag/- avond mevrouw/mijnheer, u spreekt met ..... van EIM. In opdracht van het Ministerie van Economische Zaken voeren wij een onderzoek uit naar vrouwelijk ondernemerschap. Zou ik u in verband hiermee een aantal vragen mogen stellen? Het interview duurt ongeveer 15 minuten.

Ik benadruk dat alle gegevens vertrouwelijk worden behandeld en dat bij de verwerking ervan uw anonimiteit is gewaarborgd.

Heeft u 1 of meerdere zakenpartners met wie u het bedrijf leidt?

- Ja
- Nee, ik leidt het bedrijf alleen
- Wil niet zeggen

[Bij antwoord 'ja']

Hoeveel zakelijke partners heeft u?

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- Anders, namelijk.....
- Wil niet zeggen

[Bij antwoord aantal zakelijke partners '1']

Is de zakelijke partner:

- Uw levenspartner
- Een familielid
- Iemand die geen familie is
- Wil niet zeggen

[Bij antwoord aantal zakelijke partners '>1']

Welke van de volgende personen behoort tot uw zakelijke partners?

[Checklist, meerdere antwoorden mogelijk]

- Uw levenspartner
- Familie
- Iemand die geen familie is
- Wil niet zeggen

Wat is uw voornaamste streven als ondernemer?

- Groei van de onderneming qua omzet/afzet/werknemers
- Status
- Persoonlijke ontwikkeling
- Geld verdienen
- Vrijheid/eigen baas zijn
- Balans tussen privé en werk
- Anders, namelijk .....
- Weet niet
- Wil niet zeggen

Hoeveel mensen zijn er werkzaam in uw bedrijf, aantal mensen is inclusief de ondernemer, inclusief parttimers, en exclusief uitzendkrachten?

- 1
- 2-5
- 6-9
- 10-49
- 50-100
- 101-250
- meer dan 250 werknemers
- Weet niet
- Wil niet zeggen

Hoeveel uur bent u zelf werkzaam in het bedrijf?

..... uur

Wat is de samenstelling van uw huishouden?

- Alleenstaande zonder thuiswonende kinderen
- Gehuwd/samenwonend zonder thuiswonende kinderen
- Alleenstaande met thuiswonende kinderen
- Gehuwd/samenwonend met thuiswonende kinderen
- Thuiswonend bij (1 van de) ouders
- Wil niet zeggen

[Bij antwoord '2' of '4']

Bent u de hoofdkostwinner van het gezin?

- Ja
- Nee
- Wil niet zeggen

Heeft u naast het inkomen uit de onderneming nog een andere inkomstenbron?

- Ja
- Nee
- Weet niet
- Wil niet zeggen

[Bij antwoord 'nee']

Mag ik van u weten welke inkomstenbron of inkomstenbronnen u daarnaast heeft?

[Checklist, meerdere antwoorden mogelijk]

- Uitkering/Pensioen
- Loondienst
- Alimentatie
- Anders, namelijk .....
- Weet niet
- Nee, wil niet zeggen

[Bij antwoord '2' of '4' op vraag 'Wat is de samenstelling van uw huishouden']

Voorziet iemand anders mede in het levensonderhoud van u en/of uw gezin?

- Ja
- Nee
- Wil niet zeggen

Hoe lang bent u als ondernemer actief?

- korter dan 1 maand
- ..... maanden
- ..... jaar

Hoe lang bestaat dit bedrijf?

- korter dan 1 maand
- ..... maanden
- ..... jaar

Heeft u de ambitie met uw bedrijf te groeien?

- Ja
- Nee
- Weet niet
- Wil niet zeggen

Wat is uw leeftijd?

..... jaar

Wat is uw hoogst voltooide opleiding?

- geen onderwijs
- uitsluitend lager of basisonderwijs
- VMBO/LBO (leerlingwezen, huishoudschool, ambachtsschool)
- MAVO (MULO/ULO)
- MBO (MTS, MEAO)
- HAVO/VWO/HBS/MMS/Gymnasium/Lyceum/Atheneum
- HBO (HTS, HEAO, Sociale academie)
- WO (universiteit, Hogeschool, Post-HBO)
- wil niet zeggen

Aan welke van de nu volgende personen of instanties heeft u in de afgelopen twaalf maanden advies gevraagd?

[Checklist, meerdere antwoorden mogelijk]

- Accountant
- Kamer van Koophandel
- Belastingdienst
- Ondernemersvereniging
- Syntens
- Geen van allen
- Wil niet zeggen

[Bij antwoord 'geen van allen']

U heeft bij geen van de genoemde personen of instanties advies ingewonnen.

Heeft u wel elders advies ingewonnen?

[Checklist, meerdere antwoorden mogelijk]

- Ja, bij familie/vrienden/kennissen
- Ja, bij een formele ondernemersorganisatie/ondernemersnetwerk
- Nee
- Wil niet zeggen

Met welke van de nu volgende fiscale faciliteiten bent u bekend?

[Checklist, meerdere antwoorden mogelijk]

- Zelfstandigenaftrek
- Meewerkaftrek
- Startersaftrek
- Investeringsaftrek
- fiscale oudedagreserve (toevoegen)
- Geen van allen
- Weet niet
- Wil niet zeggen

Heeft u in de afgelopen twaalf maanden gebruik gemaakt van subsidies voor het bedrijf?

- Ja
- Nee
- Weet niet
- Wil niet zeggen

[Bij antwoord 'Ja']

Via welke instantie heeft u gebruik gemaakt van die subsidie?

- Agentschap.nl
- Gemeente
- Provincie
- Anders, namelijk .....

Kunt u kort beschrijven waarvoor die subsidie was bedoeld?

.....

Heeft u de afgelopen twaalf maanden samengewerkt met andere ondernemers?  
Het gaat hier om samenwerken aan bijvoorbeeld een opdracht, productontwikkeling etc.

- Ja, regelmatig
- Ja, af en toe
- Nauwelijks
- Niet
- Weet niet
- Wil niet zeggen

[Bij antwoord 'ja, regelmatig' of 'ja, af en toe']

Bent u internationaal aan het ondernemen?

- Ja, regelmatig
- Ja, af en toe
- Nauwelijks
- Niet
- Weet niet
- Wil niet zeggen

[Bij antwoord 'Ja, regelmatig' of 'ja, af en toe']

Heeft u het afgelopen jaar goederen of diensten geëxporteerd?

- Ja, regelmatig
- Ja, af en toe
- Nauwelijks
- Niet
- Weet niet
- Wil niet zeggen

Heeft u het afgelopen jaar goederen of diensten geïmporteerd?

- Ja, regelmatig
- Ja, af en toe
- Nauwelijks
- Niet
- Weet niet
- Wil niet zeggen

Heeft u het afgelopen jaar behoefte gehad aan externe financiering?

- Ja
- Nee
- Weet niet
- Wil niet zeggen

[Bij antwoord 'ja']

Wat was de omvang van uw financieringsbehoefte?

- tot 35.000 euro
  - 35.000- 100.000 euro
  - 100.000- 250.000 euro
  - meer dan 250.000 euro
  - Weet niet
  - Wil niet zeggen
- Heeft u de externe financiering ook gekregen?
- Ja
  - Nee
  - Weet niet
  - Wil niet zeggen

[Bij antwoord 'ja']

Wat was de bron van de verkregen financiering?

- Eén of meerdere banken
- Familie/vrienden/kennissen
- Leveranciers
- Anders, namelijk .....
- Weet niet
- Wil niet zeggen

Heeft uw bedrijf in het afgelopen jaar nieuwe producten of diensten op de markt gebracht?

- Ja
- Nee
- Weet niet
- Wil niet zeggen

Is uw bedrijf in het afgelopen jaar nieuwe klantgroepen of gebieden gaan bedienen?

- Ja
- Nee
- Weet niet
- Wil niet zeggen

Heeft uw bedrijf in het afgelopen jaar verbeteringen of vernieuwingen doorgevoerd in de interne bedrijfsprocessen?

- Ja
- Nee
- Weet niet
- Wil niet zeggen

Was uw bedrijf het afgelopen jaar winstgevend?

- Ja
- Nee
- Weet niet
- Wil niet zeggen



Dan nu een vraag over de omzet van uw bedrijf. Wat was de omzet van uw bedrijf in het afgelopen boekjaar?

- tot 50.000 euro
- 50.000 euro tot 100.000 euro
- 100.000 euro tot 150.000 euro
- 150.000 euro tot 250.000 euro
- 250.000- 500.000 euro
- 500.000- 750.000 euro
- 750.000- 1.000.000 euro
- 1.000.000- 1.500.000 euro
- 1.500.000- 5.000.000 euro
- boven 5.000.000 euro
- Wil niet zeggen

Verwacht u het komende jaar problemen voor de continuïteit van uw bedrijf?

- Ja
- Nee
- Weet niet
- Wil niet zeggen

Tot zover de vragen. Ik bedank u voor de medewerking.



## BIJLAGE V Interviewlijst etnisch ondernemerschap

Wilt u proberen bij het beantwoorden van de vragen de nadruk te leggen op:

- de positie van etnisch ondernemerschap ten opzichte van autochtoon ondernemerschap
- de ontwikkeling van etnisch ondernemerschap in het afgelopen decennium

1. Wat zijn volgens u de voornaamste sterktes van etnisch ondernemerschap?
2. Wat zijn volgens u de voornaamste zwaktes van etnisch ondernemerschap?
3. Wat valt u op aan de ontwikkeling van het etnisch ondernemerschap onder de niet-westerse tweede generatie (bijv. opleidingsniveau, sectorkeuze ten opzichte van eerste generatie)?
4. In welke mate zijn etnische ondernemers aangesloten bij ondernemersorganisaties?
5. Bij wat voor ondernemersorganisaties zijn etnische ondernemers doorgaans aangesloten (specifieke etnische ondernemersnetwerken, formele organisaties etc.)
6. Maken etnische ondernemers regelmatig gebruik van ondernemersinstrumenten. Winnen zij bijvoorbeeld advies in bij een boekhouder/accountant?
7. In hoeverre leunen etnische ondernemers op familie, vrienden en kennissen voor advies?
8. Hoe belangrijk zijn naar uw inschatting de volgende motivaties van etnisch ondernemers?
  - a) Groei van de onderneming qua omzet/afzet/werknemers
  - b) Persoonlijke ontwikkeling
  - c) Vrijheid/eigen baas zijn
  - d) Invloed behouden op privé/werk balans
9. Zijn er andere motivaties die volgens u een belangrijke rol spelen bij etnisch ondernemerschap?
10. Werken etnisch ondernemers regelmatig samen met andere ondernemers? En als zij samenwerken, in welke vorm gaat dit dan (bijvoorbeeld netwerkondernamen)?
11. In welke mate lukt het etnisch ondernemers om financiering te vinden? En wat is hun voornaamste bron van financiering (bijv. bank, familie)?

12. Wat is uw inschatting van de mate waarin etnisch ondernemers gebruik maken van de hen tot beschikking staande fiscale faciliteiten (zoals zelfstandigenaftrek en meewerkaftrek)?

13. In welke mate zijn etnische ondernemers innovatief? Op welke gebieden wordt er het meest geïnnoveerd (bijvoorbeeld producten/diensten)?

14. In welke mate zijn etnische ondernemers gericht op internationaal ondernemen?

Hartelijk dank voor uw medewerking.

## BIJLAGE VI Verantwoording enquête vrouwelijk ondernemerschap

In totaal zijn voor de telefonische enquête 1380 contactpogingen ondernomen. Dit heeft geleid tot 674 (49%) geslaagde telefonische interviews.

De steekproef is gestratificeerd naar sector, op basis van de sectorverdeling vrouwelijk ondernemerschap 2007 (zie Tabel 2). Bedrijven werden gebeld vanuit het REACH bedrijvenbestand dat is gebaseerd op het Handelsregister van de Kamer van Koophandel.

De leeftijdsverdeling van de deelnemers (waarop niet is gestratificeerd, zie Tabel 56 voor de verdeling) is vergelijkbaar met de verdeling in Tabel 3, met het verschil dat de deelnemers aan de enquête vaker tot de categorie 45-64 jarigen behoren. Dit kan wijzen op de voortzetting van de vergrijzing onder vrouwelijke ondernemers zoals blijkt uit Tabel 3, als daarin het jaar 2000 wordt vergeleken met het jaar 2007.

Tabel 57 Leeftijdsverdeling vrouwelijke ondernemers

<i>leeftijdscategorie</i>	<i>Percentage</i>	<i>jaren</i>
jonger dan 25 jaar	1%	
25 t/m 44 jaar	39%	
45 t/m 64 jaar	57%	
65 jaar en ouder	3%	
totaal	100%	
gemiddelde leeftijd		47,6

Bron: EIM, 2010

Bij een steekproefomvang van 674 horen, met een betrouwbaarheid van 95%, de volgende foutmarges (ter indicatie). Bij een percentage van 5 geldt een marge van 1,6; bij een percentage van 25 een marge van 3,3; en een marge van 3,8 geldt bij een percentage van 50.



## BIJLAGE VII Samenstelling Begeleidingscommissie

### **Ministerie van Economische Zaken, Landbouw en Innovatie**

Iman Merison	Clusterleider Ondernemerschapsbeleid
Anja Steentjes	Beleidsmedewerker Ondernemerschapsbeleid
Irma Tems	Beleidsmedewerker Ondernemerschapsbeleid
Lyda den Hartog	Beleidsmedewerker Algemeen Economische Politiek

### **Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap**

Liesbeth van Dril	Directie Emancipatie
-------------------	----------------------

### **VNO-NCW/MKB-Nederland**

Merdan Yagmur	Secretaris Bedrijfsleven en Maatschappij
---------------	--