



Dept. Sociologie
Katholieke
Universiteit
Leuven

Allochtone ondernemers of ondernemende allochtonen? Ondernemers!

Een kwantitatief en kwalitatief verkennend onderzoek naar allochtone ondernemers in Vlaanderen.

H. Lambrecht

H. Verhoeven

A.

artens

Inleiding

Over allochtoon ondernemerschap in Vlaanderen is slechts weinig bekend. Tot op heden is er dan ook maar weinig wetenschappelijk onderzoek over het fenomeen uitgevoerd. De weinige studies die er zijn vertrekken ook specifiek vanuit een bepaalde allochtone groep die zich al dan niet in een bepaalde regio in een bepaalde activiteit heeft gespecialiseerd. Dit onderzoek waarvan U nu een samenvatting van het eindrapport voor U heeft liggen wil hierin verandering brengen. De bedoeling van het onderzoek is immers een eerste maar toch uitgebreide verkenning op het terrein van het allochtoon ondernemen te maken. De onderzoeksvragen en de antwoorden erop blijven dan ook sterk basic: hoe, wie, waar, wanneer,.... Enerzijds laat ons dit toe om een algemeen beeld van het gegeven te schetsen, maar anderzijds beperkt dit ook de diepgang van bepaalde onderzoeksresultaten.

In en eerste deel schetsen we de belangrijkste onderzoeksvragen en de onderzoeksmethodologie, een tweede deel presenteert een samenvatting van de antwoorden op deze vragen op basis van de onderzoeksgegevens en tracht het onderzoek ruimer te kaderen enerzijds in een mogelijk Vlaams beleid en anderzijds in de bestaande theorieën.

1. Opzet van het onderzoek

Eerst bekijken we uitgebreid de belangrijkste vragen die de onmiddellijke

aanleiding vormen tot de uitvoering van dit onderzoek. We vertrekken hierbij vanuit een bepaalde definiëring van allochtoon ondernemerschap en de maatschappelijke context van het fenomeen alsook vanuit het gehanteerde referentiekader. Daarna focussen we op de gehanteerde onderzoeksmethodologie.

1.1 Onderzoeksvragen

Hoeveel allochtone ondernemers zijn er?

De *eerste vraag* die wij ons stellen is de vraag *hoeveel* allochtone ondernemers in Vlaanderen actief zijn. Het antwoord op de vraag wordt uiteraard bepaald door de afbakening van het concept allochtoon ondernemerschap.

In navolging van de belangrijkste studies over allochtoon ondernemerschap in het Nederlands taalgebied definiëren we het *als het geheel van winkels, restaurants, diensten en ambachten allerlei opgezet door allochtone minderheden*. (Vanhoren, 1992:7; Leman en Vanhaverbeke, 1988: 10; Bovenkerk, 1983:265-268)

Daaruit volgt dat een allochtoon ondernemer eerst en vooral een ondernemer is, met dien verstande dat de onderneming is opgezet door personen uit het buitenland of door personen met een bijzondere culturele achtergrond (Becker en de Jong, 1987:10).

De operationalisering van deze definitie voor de beantwoording van deze en andere onderzoeksvragen is echter niet zo eenvoudig. De definitie laat wel toe om geval te geval een oordeel te vellen over individuele personen en ondernemingen, maar maakt het haast onmogelijk om op een groter geaggregeerd niveau uitspraken te doen over de verspreiding van allochtoon ondernemerschap in Vlaanderen.

Daarom hebben we voor wat betreft het kwantitatief gedeelte van dit onderzoek geopteerd voor de volgende definitie: als allochtone ondernemers beschouwen we die personen die ingeschreven zijn als zelfstandige bij de Rijksdienst voor de Sociale Verzekering van Zelfstandigen (RSVZ) en die op een bepaald moment in de tijd (nu of vroeger) niet beschikten over de Belgische nationaliteit.

Wat zijn de persoonlijke kenmerken van de allochtone ondernemers?

Uiteraard zijn we sterk geïnteresseerd in de persoonlijke kenmerken van de allochtone ondernemers zoals geslacht, leeftijd, herkomst, statuut, hoedanigheid, eerste taal. Om al deze gegevens te verzamelen zullen we beroep doen op de koppeling van gegevens uit Rijksregister en RSVZ door tussenkomst van de Kruispuntbank Sociale Zekerheid. Informatie die niet in deze databanken voor handen blijkt te zijn zullen we verzamelen aan de hand van een uitgebreid interview van een beperkter aantal ondernemers. (zie punt twee van dit deel)

Wat is het profiel van de allochtone ondernemers?

Als we de ganse populatie hebben afgebakend stellen we ons de vraag wat hun profiel is. In welke sectoren zijn de ondernemers actief? Wat is hun inkomen?

Waarom ondernemen allochtone ondernemers?

Een van de meest interessante vragen is de meer diepgaande vraag naar de motivatie van het ondernemen van de allochtone ondernemers.

In de specifieke literatuur vormt dit dan ook één van de meest besproken thema's. In de jaren '80 ontwikkelden heel wat auteurs hierover bepaalde theorieën en modellen die vooral ontstonden als gevolg van de vaststelling dat heel wat allochtonen (toen nog migranten genoemd) zich leken toe te leggen op het ondernemerschap.

De meest bruikbare indelingen vinden we terug bij Jenkins (1984:231-233) en Bovenkerk (1983:269-271). Beide indelingen zijn analoog aan elkaar al krijgen de drie verschillende modellen andere benamingen door de auteurs.

Model 1: economisch kansenmodel of theorie van de allochtone infrastructuur.

Het *economische kansenmodel* probeert het ontstaan van de allochtone middenstand in concentratiebuurten te verklaren. De zelfstandigen voldoen aan de noden en wensen van de eigen allochtone groep door bepaalde allochtoon geïnspireerde diensten en produkten aan te bieden. Minstens even belangrijk is het feit dat dit geheel vaak ook een belangrijke sociale functie heeft: het vaak op familie geschoeide allochtone netwerk verzorgt naast andere produktiefactoren ook de nodige communicatie en informatie, meestal zelfs voor een beperkte gemeenschap. Zo ontstaat als het ware een eigen allochtone infrastructuur.

Model 2: reactiemodel of theorie van werkloosheid en discriminatie

Volgens het *reactiemodel* beginnen allochtonen een eigen zaak om de economische situatie en de discriminatie op de arbeidsmarkt te ontvluchten.

Model 3: culturele model of theorie van de oorspronkelijke ondernemers-migratie

Volgens het *culturele model* is het allochtoon ondernemerschap niet het gevolg van, dan wel de oorzaak voor de migratie: men immigrereert met het doel een eigen zaak op te zetten. Leden van minderheidsgroepen komen vaak uit een samenleving waar het zelfstandig beroep de belangrijkste vorm van inkomensverwerving is. Vanuit de traditie en kennis verworven in het land van herkomst zetten immigranten gespecialiseerde zaken op in het gastland.

Ons inziens is er echter ook nog een belangrijke vierde model nodig ter vervollediging van deze typologie.

Model 4: Ondernemersmodel of theorie van de ondernemingsdrang

De vorige modellen/theorieën benadrukken het allochtoon aspect van de allochtone

ondernemers. Zeker bij de nieuwe generatie allochtonen zou het kunnen dat dit aspect minder en minder de drijfveer tot ondernemen wordt en dus ondergeschikt wordt aan een drang tot ondernemen die we ook bij veel autochtonen terug vinden: je eigen baas zijn, iets van jezelf opstarten,...

Uiteraard sluiten geen van deze vier bovenstaande modellen elkaar uit. Een allochtoon ondernemer kan uiteraard verschillende modellen in zich verenigen. Op basis van de informatie verzameld bij de gestructureerde interviews zullen we trachten geval per geval na te gaan in welke mate deze theorieën opgaan.

Welke ondernemingsstrategieën hanteren allochtone ondernemers?

Elke ondernemer, of hij of zij nu autochtoon of allochtoon is, ontwikkeld een bepaalde ondernemingsstrategie. We omschrijven de ondernemingstrategie als het geheel van beslissingen die de ondernemer dient te maken in verband met zijn onderneming.

Soms bewust, soms onbewust wordt het voortbestaan van de onderneming bepaald door de beslissingen van elke dag. Hoe maak ik reclame? Welke producten bied ik aan? Welke leveranciers zoek ik?...

Het referentiekader dat wij bij dit onderzoek hanteren is grotendeels gebaseerd op bestaande modellen uit de literatuur. Wij hebben echter getracht om het onderscheid tussen enerzijds keuzevrijheid van de allochtone ondernemer en anderzijds de voorgegevendheden waarmee hij rekening dient te houden meer in de verf te zetten door onderstaande figuur als achterliggend denkkader te hanteren.

Figuur 1: Model van strategisch ondernemerschap.

Uitgangspunt is hierbij de verzameling theoretisch mogelijke ondernemingstrategieën van elke individu. In principe is deze voor iedereen gelijk en omvat alle mogelijk denkbare ondernemingstrategieën. Een strategie gericht op expansie van de zaak naar een bepaalde doelgroep met dit reclamebeleid deze leveranciers gelegen in deze straat en die producten aanbiedend,... evenals en strategie om een totaal andere zaak op te zetten of over te nemen met tegengestelde strategie, dezelfde reclamestrategie of niet , andere producten, dezelfde klanten,... Deze verzameling wordt in de figuur voorgesteld door het gebied begrensd door de witte ellipsvormige lijn.

Door een aantal factoren is van al deze theoretisch mogelijke ondernemerstrategieën slechts een (veel) kleiner deel mogelijk voor een bepaalde ondernemer. Deze overblijvende mogelijke strategieën verschillen dus wel van individu tot individu. Dit wordt in de figuur voorgesteld door het gearceerde gedeelte.

Dat deze begrenzende factoren bepaalde strategieën onmogelijk makende wordt in de figuur voorgesteld door de overlap van deze factoren met het gebied binnen de ellipsvormige lijn, de theoretisch mogelijke strategieën dus.

Welke problemen ondervinden allochtone ondernemers en hoe gaan zij daar mee om?

Zoals ook blijkt uit voorgaande figuur hebben deze gegevens tot gevolg dat uiteindelijk een aantal mogelijke strategieën overblijven. Het individu heeft dus nog een grote mate van keuze. De uiteindelijke keuze zal echter zijn succes bepalen. Vaak is de gehanteerde strategie het gevolg van de reactie op het ontstaan van of het voorkomen van bepaalde mogelijke problemen, meer dan een keuze in het luchtledige. We willen dan ook nagaan welke concrete problemen aan de orde zijn bij de allochtone ondernemers en hoe zij daar mee om gaan.

1.2. Onderzoeksmethodologie

Voor het beantwoorden van deze onderzoeksvragen hebben we gegevens verzameld langs twee wegen om.

1.2.1 Gegevens Kruispuntbank Sociale Zekerheid

In de eerste plaats hebben we met medewerking van de Kruispuntbank Sociale Zekerheid een koppeling gemaakt tussen gegevens uit het Rijksregister en gegevens uit de databanken van de Rijksdienst voor Sociale Verzekering van Zelfstandigen. Omdat dit financieel niet mogelijk bleek voor gans Vlaanderen werd dit enkel gedaan voor de belangrijkste regio's: Antwerpen, Gent, Hasselt en Brussel. In deze arrondissementen hebben we een gestratificeerde steekproef getrokken van de helft van de niet-Belgen en één derde van de Belgen. Voor deze laatste groep hebben we dan met de medewerking van het Rijksregister hun historiek van nationaliteit nagegaan en de allochtone Belgen geïdentificeerd.

Van alle ondernemers beschikken we naast demografische gegevens ook over ondernemerskenmerken zoals belastbaar inkomen, sector, taalcode, hoedanigheid,....

1.2.2 Gestructureerde interviews van allochtone ondernemers

Daarnaast hebben we getracht om de allochtone ondernemers zelf aan het woord te laten via gestructureerde interviews.. Probleem was daarbij uiteraard de bestaande cultuur- en taalbarrière. Daarenboven komt daarbij de wantrouwigheid die bij heel wat van deze ondernemers bestaat ten opzichte van de overheid en derden en het gebrek aan tijd van heel wat van deze mensen. Daarom werd geopteerd om een interview af te nemen bij een (beperkt) aantal allochtone ondernemers. Uit ervaring weten we immers dat een grootschalige postenquête bij het allochtone doelpubliek slechts een heel beperkte respons zou opleveren door de taalproblemen en de eerder wantrouwige reactie van heel wat allochtone ondernemers.

Probleem daarbij bleef echter de taalproblematiek en de geslotenheid van heel wat allochtone ondernemers ten aanzien van vreemden. Door op een unieke wijze regionale organisaties die actief zijn op het gebied van allochtoon ondernemerschap in de verschillende fasen van het onderzoeksproces te betrekken zijn we erin geslaagd deze problemen op te lossen. In totaal werden 233 allochtone ondernemers geïnterviewd, gelijkmatig verdeeld over regio's??? aan de hand van een vragenlijst.

2. Belangrijkste onderzoekresultaten

Aan de hand van de onderzoeksvragen die we ons in deel 1 hebben gesteld overlopen we de belangrijkste onderzoekresultaten

Hoeveel allochtone ondernemers zijn er ?

Als we de allochtone ondernemers omschrijven als de bij de RSVZ ingeschreven zelfstandigen van vreemde nationaliteit en de Belgen die ooit een andere nationaliteit hebben gehad tussen de 18 en de 55 jaar blijken in de Vlaamse arrondissementen Gent, Antwerpen en Hasselt ('Vlaanderen ') ongeveer 10.000 allochtone ondernemers actief en in Brussel 17857. Het blijft dus een vrije beperkt fenomeen.

Tabel: Overzicht van het aantal personen ingeschreven bij de RSVZ op 30 juni 1997 naar herkomst

	Antwerpen	Hasselt	Gent	"Vlaanderen"	Brussel
Autochtone Belgen	44598	18708	29922	93228	31329
Allochtonen	6608	1811	1630	10049	17857
<i>Waarvan:</i>					
Allochtone Belgen	1698	765	600	3063	5217
Italianen	160	348	96	604	1826
Marokkanen	102	6	30	138	1242
Turken	184	126	188	498	664
Zuid-Europeanen	254	96	84	434	2782
Buurlanden	3004	400	472	3876	3268
Overige	1206	70	160	1436	2858
<i>Totaal</i>	<i>51206</i>	<i>20519</i>	<i>31552</i>	<i>103277</i>	<i>49186</i>

Bron: Dataset VIONA project Allochtoon Ondernemen (KSZ, RSVZ, Eigen bewerkingen Dep. Soc. K.U. L

Ongeveer 30% van hen beschikt over de Belgische nationaliteit.

Naar herkomst gezien blijkt één op vier van deze ondernemers uit één van de Buurlanden te komen. In 'Vlaanderen' is dit zelfs bijna de helft.

Als we deze cijfers vergelijken met de bevolkingscijfers in deze regio's stelden we vast dat de niet-Belgen (over allochtone Belgen zijn er geen bevolkingscijfers beschikbaar) niet meer ondernemer blijken te zijn dan de autochtonen, integendeel (6.4% tov 5.4%).

Welke persoonlijke kenmerken hebben ze ?

De leeftijd van de allochtone ondernemers blijkt zowel in 'Vlaanderen' als in Brussel lager te liggen dan bij de autochtone zelfstandigen, vooral bij de allochtone Belgen is dit het geval.

Bij de allochtone ondernemers treffen we vooral bij de Turken en de Marokkanen veel minder vrouwen aan. Bij de allochtone Belgen is dit percentage vergelijkbaar met de autochtonen (30%)

De gekende RSVZ taalcode is in Vlaanderen overwegend Vlaams maar is bij de allochtone ondernemers veel vaker Frans dan bij de autochtonen. Bij de Marokkanen zelfs bijna 20%. Bij de allochtone Belgen merken we wel dat de taalcode minder vaak Frans is dan bij de vreemdelingen.

In Brussel is de taalcode dominant Frans (89% bij de autochtonen, 95-99 % bij de allochtonen)

Slechts enkele percenten per herkomstgroep werkt als zelfstandige in bijberoep, bij de autochtonen is dit iets meer (6,5% in 'Vlaanderen'). In Brussel ligt dit percentage zowel bij de autochtonen (2,4%) als bij de verschillende herkomstgroepen lager.

Wat is hun profiel?

Naar sector stelden we grote verschillen vast tussen de verschillende groepen. De uitgebreide analyse kan in het onderzoeksrapport worden teruggevonden maar een algemene tendens is er wel.

Zowel in 'Vlaanderen' als in Brussel stellen we vast dat de allochtone ondernemers veel vaker in de handel terechtkomen dan de autochtonen. Opvallend is daarin het belang van de vennootschappen dat veel groter is bij de allochtonen dan bij de autochtonen. Voor een groot stuk blokkeert dit het zicht dat we hebben op deze ondernemingen aangezien we niet meer weten dan dat het handelsvennootschappen zijn. Vooral bij de jongeren zijn deze handelsvennootschappen populair. Dit wil niet zeggen dat de ouderen niet vaak in de handel actief zijn, integendeel maar minder vaak als vennoot en meestal als éénpersoonszaak.

De oudere zelfstandigen, zowel bij de autochtone als bij de allochtonen zijn ook beduidend meer in de nijverheid (al dan niet als vennootschap) actief.

Waarom ondernemen ze?

Bij het opstarten van een eigen zaak bleek bij de ondervraagde ondernemers

het belang van de positieve keuze voor een verwachting van vooruitgang (financieel/sociaal) door het ondernemerschap en de wens om eigen baas te zijn groter dan de negatieve van het vluchten uit werkloosheid en discriminatie. Opvallend vooral gezien de grote vertegenwoordiging van Turken en Marokkanen in onze deelpopulatie. Die herkomstgroepen die het op de loontrekkende arbeidsmarkt het moeilijkst blijken te hebben (Verhoeven en Martens, 2001)

Bij slechts 32 van de 233 ondervraagde ondernemers bleek een toekomstig ondernemerschap hebben meegespeeld om zelf of de familie voor hem of haar te emigreren naar Vlaanderen.

Waarom een zaak wordt geopend in een welbepaalde sector heeft vooral te maken met de markt: goede financiële perspectieven en een grote vraag naar producten en diensten zijn belangrijk. Het contact met landgenoten is minder belangrijk dan de marktgegevens, maar misschien verrassend, speelt het feit om een "traditionele" sector gaat binnen de etnische groep nog het minst van al mee.

We hebben getracht om een grote hoeveelheid informatie die we hebben verzameld over motivatie en netwerken te koppelen aan elkaar en de in de literatuur heersende theorieën. We hebben vier verklaringsmodellen getest op hun verklaringswaarde: het model van de etnische infrastructuur, het reactiemodel, het migratiemodel en de theorie van de ondernemingsdrang.

Voor slechts 15 van de ondernemers bleek geen van de verklaringsmodellen voldoende de stap naar het ondernemerschap te verklaren. Bij de overigen bleken vaak meerdere verklaringen sluitend. Bij slechts 14 % was het migratiemodel echt van toepassing. Het reactiemodel verklaarde het ondernemerschap van 22% van de ondervraagden en de theorie van de etnische infrastructuur bleek (al dan niet gedeeltelijk) voor 38% een motivatie om te ondernemen. Al bij al blijken deze klassieke modellen dus maar accuraat voor een beperkte groep van de allochtone ondernemers.

Het door ons geïntroduceerde model van de ondernemingsdrang bleek echter bij 71% van de ondervraagden belangrijk! Onze ondervraagde allochtone ondernemers blijken dus allochtone ondernemers of ondernemende allochtonen te zijn maar gewoon "ondernemers". Dat blijkt ook uit heel wat elementen van de gehanteerde ondernemingsstrategie.

Welke ondernemingsstrategieën hanteren ze

De strategie die een ondernemer hanteert omvat niet allen de keuze van de soort onderneming, het soort product en de plaats waar hij dat aanbiedt, maar ook de concurrentiestrijd die hij voert, de reclame die hij maakt,...

We hebben in het eerste deel gesteld dat de mogelijke strategieën sterk verschillen van individu tot individu omdat de mogelijkheden begrensd worden

door het individu zelf, het overheidsbeleid, de markt en de vestigingsfactoren.

In het onderzoeksrapport hebben we getracht om voor elk van deze elementen onderzoeksgegevens te presenteren. We herhalen de belangrijkste.

Ongeveer een derde van de ondernemers heeft geen diploma secundair onderwijs behaald. En ongeveer de helft van de ondernemers blijkt zijn diploma buiten België te hebben gehaald.

In totaal vindt nog geen één op vier van de ondernemers dat zijn diploma gericht is op het beoefenen van een zelfstandig beroep. Daarom dat een aantal ondernemers al een extra opleiding hebben gevolgd. Toch is dit aantal relatief weinig te noemen (38%) aangezien in Antwerpen en in Hasselt de lokale actoren waarmee werd samengewerkt om de interviews te doen extra cursussen aanbieden en dus een vertekend beeld geven.

Ongeveer de helft van de ondernemers had reeds enige ondernemingservaring voordat ze met deze zaak zijn gestart, twee derde van deze mensen heeft die ervaring opgedaan in België. Meestal werd die ervaring opgedaan in een gelijkaardige zaak. Slechts 10% van de ondernemers had daarvoor al en andere eigen zaak.

Bij de helft van de ondervraagden is er hoegenaamd geen ondernemingstraditie in de familie.

Uit de analyse van de gegevens bleek verder dat slechts 15% van de ondervraagde ondernemers lid is van één of andere beroeps of middenstandvereniging.

Het belang van het sociaal netwerk voor de ondervraagden bleek duidelijk bij de keuze van de boekhouder. Een belangrijke keuze aangezien dat ze voor heel wat niet-boekhoudkundige problemen bij hem terechtkomen. De helft van de ondernemers neemt iemand als boekhouder omdat een vriend hem heeft aangewezen en bij nog eens 25% is het iemand uit de buurt of vriendenkring zelf.

Onze uitgebreide analyse van de aard van het startkapitaal heeft aangetoond dat één op drie enkel eigen kapitaal heeft ingebracht. Het lenen bij kapitaalinstelling blijkt in de totale populatie veel belangrijker dat lenen bij familie of vrienden. Enkel bij de ondernemers uit de buurlanden werd bij de ondervraagden veel geleend bij de familie. Magrebijnen bleken vooral eigen middelen in te brengen, Turken bleken vooral te lenen bij een financiële instelling.

Bij de te vervullen formaliteiten bleek het aanvragen van een beroepskaart het moeilijkst, vooral in Antwerpen. Met de controles op allerhande wetgevingen valt het bij de ondervraagde ondernemers wel mee: ongeveer 1 of drie heeft nog nooit te maken gehad met één of andere controle. Ze worden het vaakst gecontroleerd door de RVA (35%) en de belastingen (25%) en hygiëne-inspectie

(25%). De regionale spreiding van de controles valt wel op: in Antwerpen komen controles door de RVA duidelijk meer voor en in Mechelen de belastingsinspectie, althans bij de ondervraagden.

De klanten van de ondervraagde ondernemers zijn meestal zowel allochtonen als autochtonen. Slechts 15% van de zaken heeft minder dan een kwart autochtonen als klant en ongeveer 25% heeft minder dan een kwart allochtonen als klant. De ondernemers zelf mikken op iedereen als potentiële klant. Slechts 17 van de 233 ondervraagden mikt enkel op allochtone als klant.

Hetzelfde zien we ook bij de leveranciers: daar heeft ongeveer de helft van de ondervraagden zowel autochtone als allochtone leveranciers. Slechts 1 op 8 heeft enkel allochtonen als leverancier.

Het resultaat van de ondernemingsstrategie is het karakter van de zaak. We hebben de ondernemers gevraagd om hun onderneming te beoordelen op het al dan niet allochtoon zijn. Meer dan 73% van de ondervraagden vindt dat zijn onderneming evenzeer een autochtoon als een allochtoon karakter vertoont. Nog geen 15 % vindt dat zijn zaak een uitgesproken allochtoon karakter heeft. En zelfs 15% vindt dat zijn onderneming een perfect autochtoon karakter heeft. De ondernemers maken over het algemeen weinig reclame voor hun onderneming, slechts 36% doet aan enige vorm van publiciteit.

De sleutels tot succes liggen volgens de ondernemers niet in een transnationaal netwerk of een (etnische)ondernemingstraditie, maar el gewoon in hard werken en flexibel zijn. Ondernemers ten top dus. De meesten nemen daarom ook slechts weinig vakantiedagen.

De toekomst zien de ondervraagden eerder positief. Ze denken meer aan doorgaan met het ondernemerschap dat er mee te stoppen. Ze willen wel eerder investeren in de eigen zaak om deze te laten draaien dan te denken aan uit te breiden.

Hoe gaan ze om met specifieke problemen?

De vraag naar de hulp die ze in de zaak krijgen en van wie is mogelijk slecht beantwoord. Uit onze gegevens blijkt dat meer dan de helft nooit hulp krijgt. Het zou kunnen dat dit aantal in de realiteit lager ligt. De interviewers signaleerden ons immers meermaals dat de aarzeling bij deze vraag het grootst was.

De officiële (meestal sterk autochtone) advieskanalen kennen de autochtonen niet. Laat staan dat ze er gebruik van maken. Enkel de lokale werking in Antwerpen blijkt gekend en gebruikt. In totaal heeft nog geen 10% van de ondernemers uit contact gehad met UNIZO of het VIZO.

Nochtans zijn de ondernemers wel bereid om een speciale cursus voor

zelfstandige allochtonen te volgen mocht die in de buurt worden georganiseerd. Slechts 30% vindt dit zowiezo overbodig. De inhoud van de cursus zou volgens de geïnteresseerden voornamelijk moeten focussen op aspecten van goed bedrijfsbeheer.

Een ander heikel punt is de concurrentie, die gemiddeld iets meer (niet veel) wordt ondervonden van allochtone zaken dan van autochtone. De ondernemers kiezen er duidelijk voor om te concurreren op kwaliteit van produkten en dienstverlening en pas daarna in iets mindere mate de prijs. krediet wordt bijna nergens toegestaan.

Om nog maar eens een illustratie te geven van de nadruk die zij zelf leggen op hun ondernemerschap: over het algemeen vinden de allochtone ondernemers de hoeveelheid vrije tijd een veel groter probleem dan specifieke zaken die aan hun allochtoon zijn gelieerd...

3. Allochtoon ondernemerschap in Vlaanderen: enkele beschouwingen rond de mogelijkheden van de overheid

Over het sop en de kool.

Een eerste belangrijke vaststelling die op het eerste zicht belangrijke gevolgen heeft voor de ontwikkeling van een specifiek beleid ten aanzien van allochtoon ondernemerschap in Vlaanderen/België is de kwantitatieve vaststelling die we in het begin van dit rapport maakten rond de beperktheid van het fenomeen. Is het sop de kool wel waard? Op het eerste zicht niet. In de belangrijkste Vlaamse arrondissementen tellen we alles bij elkaar slechts een goede 10000 allochtone zelfstandigen. Toch mogen we niet voorbij gaan aan een aantal belangrijke vaststellingen die ons inziens een zuiver kwantitatieve interpretatie overstijgen.

Ten eerste is er uiteraard de grote zichtbaarheid van het fenomeen in het straatbeeld, vaak sterk geconcentreerd in bepaalde buurten. Het is immers een groot vooroordeel zoals uit onze cijfers blijkt dat allochtonen veel meer als zelfstandige werken dan autochtonen, terwijl heel wat mensen menen dat we als het ware overspoeld worden door -vaak stereotypische- allochtone handelszaken.

Ten tweede is er het feit dat het fenomeen ontegensprekelijk sterk uitbreidt. De laatste jaren zien we inderdaad een toename in het straatbeeld.

Ten derde blijft de vraag of de slaagkansen van allochtonen wel erg groot zijn zonder specifieke begeleiding en extra ondersteuning. Hoewel dit niet tot het domein van dit onderzoek behoorde werd dit wel als een probleem gesignaleerd door de betrokken actoren op het veld die allemaal bepaalde starterscursussen en dergelijk ontwikkeld hebben. Het zou wel eens kunnen zijn dat het aantal startende allochtonen dat slechts een korte tijd actief is vrij groot is. Dit kan echter enkel door opvolgend onderzoek worden uitgemaakt.

Bovendien hebben heel wat de allochtone ondernemers binnen de allochtone gemeenschap een duidelijke voorbeeldfunctie en blijven zij een belangrijke structurerende bron van heel wat sociale interactie.

Opleiding bedrijfsbeheer

De ondernemers geven zelf toe dat de formele opleiding die zij genoten niet gericht was op het uitoefenen van een zelfstandige activiteit. En toch heeft slechts 1 op drie ongeveer een extra opleiding genoten. Bovendien zijn de allochtone ondernemers gemiddeld veel jonger dan de autochtonen en hebben ze vaak nog geen ondernemerservaring (ook niet in de familie zoals vaak wordt verondersteld).

De bereidheid om een specifieke opleiding voor allochtone ondernemers te volgen is dan ook vrij groot. Ongeveer de helft zal die opleiding zeker volgen en

slechts een kwart zeker niet. Aangepaste cursussen bedrijfsbeheer zoals die op initiatief van het platform allochtoon ondernemerschap zijn ontstaan beantwoorden dus zeker aan een bestaande vraag. Een continuering en uitbreiding van het project naar andere regio's is ons inziens dan ook heel belangrijk.

Het sociaal netwerk en de "integratie" in het reguliere circuit

Hoewel we enerzijds vaststelden dat slechts een beperkt aandeel van de allochtone ondernemers gans binnen het allochtone netwerk blijft (producten, karakter, leveranciers, klanten,..) merken we toch dat voor wat zaken zoals advies vragen, hulp zoeken bij problemen en dergelijke wel binnen dit netwerk van persoonlijke relaties gebleven wordt. Slechts 1 op 7 van de ondervraagde ondernemers is aangesloten bij een of andere (meestal lokale) middenstands- of beroepsorganisatie en ook met de kennis van bv Unizo en VIZO is het heel slecht gesteld.

Ons inziens ligt dan ook hier een belangrijke taak voor de overheid enerzijds door het stimuleren van (al dan niet lokale) zelforganisatie maar vooral ook door te zorgen voor een betere kennis van bestaande kanalen voor informatie en hulp bij problemen eigen aan het zelfstandig ondernemen.

Een uitgebreide trajectbegeleiding door mensen die een specifieke opleiding voor de problematiek hebben genoten, ervaring hebben en op individuele basis contact hebben met de allochtone ondernemers is hiervoor ons inziens de enige doeltreffende oplossing. De partners binnen het platform etnisch ondernemen trachten deze trajectbegeleiding te ontwikkelen met succes maar de nodige middelen ontbreken vaak voor het uitbreiden of continueren van bestaande projecten.

Nichevorming

Een andere belangrijke vaststelling blijft de duidelijke niche in de handel en horecazaken die de allochtone zelfstandigen blijven bekleden. Hoewel de situatie ongetwijfeld stilaan verbetert, blijft het aantal allochtonen in vrije beroepen en dergelijke heel beperkt, ook bij de allochtone Belgen. Vreemd is daarenboven het hoge percentage vennootschappen, zeker bij de jongeren. Een gedegen monitoring van de slaagkansen van de jonge ondernemers enerzijds en een meer gestructureerde begeleiding lijken ons dan ook belangrijk voor de toekomst te zijn.

Beroepskaart

Al heel wat jaren wordt er gesproken over de afschaffing van de beroepskaart voor vreemdelingen. Hoewel alle partijen (UNIZO, Centrum Gelijke Kansen,...) op het terrein het er over eens zijn dat deze hinderpaal best mag worden afgeschaft (van alle formaliteiten blijkt dit bij de allochtone ondernemers de

moeilijkste) blijft deze tot op heden bestaan.

Algemeen

Het is duidelijk dat op het terrein de laatste jaren heel wat goede projecten zijn ontstaan, die zelfs al over de grenzen van hun eigen lokale werking heen actief zijn. De kracht van deze projecten is dat zij door hun bottom-up benadering een perfecte inschatting kunnen maken van de behoeften van de lokale allochtone ondernemers en bovendien over een schitterend netwerk beschikken en een schat van ervaring.

Voor de Vlaamse regering is het de ideale tijd om deze initiatieven structureel te verankeren door de nodige financiële ondersteuning voor de toekomst te verzekeren maar ook te trachten deze goede praktijk voorbeelden uit te breiden in regio's waar dit nog niet het geval is. Op het vlak van coördinatie, ondersteuning en opvolging van deze initiatieven ligt de grootste uitdaging voor de overheid.

4. De toekomst van onderzoek naar allochtoon ondernemerschap in Vlaanderen.

Voor alle elementen die in dit besluit en het onderzoeksrapport werden behandeld kunnen we stellen dat dit slechts een verkennend onderzoek is en dat diepgaander onderzoek kan en moet. Zeker door de specifiek selectie van de geïnterviewde ondernemers kan en moet de vraag naar representativiteit beantwoordt worden.

Toch zijn er ook nog ander heel interessante pistes voor onderzoek op dit domein. Dit onderzoek vertelt ons uiteraard niets over de falingsratio bij allochtone ondernemers en de eventuele processen die dit versnellen. Meer en meer gaat ook binnen VIONA de aandacht van de overheid uit naar waarom zelfstandigen en kleine ondernemingen falen en in welke mate. Hopelijk worden de allochtonen ook in dit onderzoeksterrein opgenomen.

Wat nog het meest intrigerend is in onze onderzoeksgegevens is het belang van de handelsvennootschappen in heel wat herkomstgroepen. Een grondige analyse van dit fenomeen kan interessante gegevens opleveren. Vooral de vraag waarom jongeren zoveel meer kiezen voor dit vennootschap dan de ouderen en wie hun partners dan zijn

Een laatste opmerking betreft Waldinger en het allochtoon etnisch ondernemerschap in Vlaanderen. In de onderzoeksliteratuur rond allochtoon etnisch ondernemerschap die vooral van buitenlandse oorsprong is heeft Waldinger (1990) een belangrijke plaats ingenomen.

Hij is vooral bekend voor een ideaaltypische benadering van etnisch

ondernemerschap die hij op basis van de variabelen etnische
bevolkingsconcentratie en specialisatie in het aanbod construeert.

Een kruising van de waarden hoog en laag van beide variabelen leidt tot vier types van etnisch ondernemerschap die we hieronder schematisch weergeven..

		etnische bevolkingsconcentratie	
		hoog	laag
specialisatie aanbod	hoog	<i>Ethnic Niche</i>	<i>Middleman Minority</i>
	laag	<i>Replacement Minority</i>	<i>Economic Assimilation</i>

Het eerste type van etnisch ondernemen is de *replacement minority*. De migranten maken vaak deel uit van een nieuwe immigratiegolf en vestigen zich in concentratiebuurten omwille van de etnische solidariteit en de economische activiteiten. Het aanbod van deze ondernemers is veelal beperkt. Deze groep komt vooral terecht in een beperkt aantal economisch slechtere sectoren zoals bv textiel die verlaten worden door de autochtonen omwille van de slechtere perspectieven.

Een tweede type is de *ethnic niche*. Ook hier vestigt de ondernemer zich in buurten met een hoge bevolkingsconcentratie. Zij geven echter een ruimer aanbod van diensten en produkten aan de etnische gemeenschap. Zij bieden naast de gespecialiseerde etnische goederen ook vaak produkten uit het algemeen aanbod aan. Deze ondernemingen zullen echter snel de economische limiet bereiken omwille van de veelal beperkte omvang van de etnische markt aldus Waldinger.

Een volgend type is de *middleman minority*. De zelfstandige ondernemer richt zich naar de open markt, deels omwille van expansiemogelijkheden, deels omwille van de vaak harde concurrentie op de etnische markt. Het biedt daar dan een gespecialiseerd assortiment produkten aan gestoeld op zijn vaardigheden om de initiële investeringen te beperken. Het gaat hier voornamelijk over zaken met lange openingsuren (nachtwinkels) en zaken waar de opbrengsten eerder laag zijn zodat de etnische ondernemers hier weinig of geen autochtone concurrenten tegenkomen.

Tenslotte is er de *economic assimilation*. De etnische ondernemers zijn ruimtelijk sterk verspreid en hebben een lage specialisatiegraad.

Het intrigerende aan deze opdeling van Waldinger is dat hij een sterk evolutief karakter aan deze typologie verbindt. De types moeten volgens Waldinger gezien worden als verschillende fases in het etnisch ondernemerschap. Etnisch ondernemerschap ontstaat als een vorm van *replacement minority*, wordt dan een *ethnic niche* om tenslotte via de *middleman minority* te komen tot *economic assimilation*.

Laten we eens proberen na te gaan of we het ondernemerschap zoals we dit bij onze 233 allochtone ondernemers hebben aangetroffen in de typologie te plaatsen. Welk allochtoon ondernemerschap lijkt dan dominant in Vlaanderen.

Algemeen wordt allochtoon ondernemerschap in Vlaanderen door media en publieke opinie gezien als netwerken van allochtonen die allochtone produkten aanbieden voor hoofdzakelijk allochtonen. Zo situeren wij allochtoon ondernemerschap al vlug grotendeels onder wat Waldinger 'etnisch niche' noemt.

Wijzelf nog schreven in ons onderzoeksvorstel aan de Vlaamse regering twee jaar geleden: *"...Het etnisch ondernemerschap zoals wij dit in Vlaanderen en Brussel hoofdzakelijk kennen en ook gedefinieerd hebben bij het begin van dit deel, kunnen we catalogeren onder de noemer van ethnic niche...."*

Heel wat gegevens die wij in kader van dit onderzoek over allochtone ondernemers hebben verzameld bevatten duidelijke indicaties dat de allochtone ondernemers in Vlaanderen hun "etnische niche" aan het ontgroeien zijn. Bewijzen is moeilijk maar de aanwijzingen zijn duidelijk:

- *zo stelden we vast dat de motivatie voor het starten van een zaak slechts voor een beperkte groep ligt in de uitbouw van een etnische infrastructuur*
- *dat de meeste ondernemers zowel autochtone als allochtone klanten hadden,*
- *dat ze bijna allemaal op beide soorten klanten mikken*
- *dat nog geen 15% enkel allochtone leveranciers heeft*
- *dat nog geen 15% vindt dat zijn zaak een uitgesproken allochtoon karakter heeft*
- *dat de invloed van een (transnationaal) etnisch netwerk niet echt een belangrijke sleutel tot succes vindt*
- *dat de hoeveelheid vrije tijd een groter probleem vormt dan hun allochtoon zijn.*
- ...

De voorzichtige conclusie en ongetwijfeld boeiende hypothese voor verder onderzoek is dan ook dat de allochtone ondernemers meer en meer kenmerken vertonen van de "Middleman theory" en "economic assimilation" zoals beschreven in de theorie van Waldinger en dus meer en meer "gewone" ondernemers lijken te worden.

Hopelijk krijgen we de kans om in de toekomst de juistheid (of "foutheid") van deze hypothese mee te achterhalen...