

2014



arteveldehogeschool

LID VAN DE ASSOCIATIE UNIVERSITEIT GENT

denk. doe. word.

ARTEVELDEHOGESCHOOL

DE SOCIALE NETWERKEN
VAN ETNISCH TURKSE
ONDERNEMERS IN GENT

Karijn Bonne, Reyhan Görgöz & Ayse Ergürbüz |

INHOUDSTAFEL

1.Situering	5
Etnisch ondernemerschap en etnisch sociaal netwerk.....	5
Etnisch ondernemerschap in Vlaanderen	6
Onderzoeksvraag	8
2.Methodologie	9
3.Resultaten	10
Profiel van de onderneming	11
Profiel van de ondernemer	17
Netwerken: formeel en informeel	25
4.Conclusie	28
5.Bronnenlijst	31
6. Bijlagen	33
I. Interviewgids	33
II. Overzicht respondenten etnisch turkse bouwondernemers.....	37
III. Overzicht respondenten etnisch Turkse horeca-uitbaters en etnisch Vlaamse bouwondernemers	38

Dit onderzoek is een PWO-onderzoek van de Arteveldehogeschool
gerealiseerd vanuit het onderzoek- en dienstverleningscentrum TACOO.

We bedanken de respondenten voor hun deelname aan het onderzoek en
de leden van de begeleidingscommissie voor hun advies tijdens het onderzoeksproces.

1. SITUERING

ETNISCH ONDERNEMERSCHAP EN ETNISCH SOCIAAL NETWERK

Etnisch ondernemerschap is niet nieuw en is eigen aan migratie. Het werd vooral bestudeerd in de VS waar migranten oververtegenwoordigd waren in kleine bedrijven eind 19de eeuw. In Europa kwam migratie pas later op gang, na WOII, wanneer vele arbeidskrachten nodig waren in de groeiende industriële bedrijven. Arbeidsmigranten kwamen oorspronkelijk als tijdelijke werkkrachten, maar eens ze zich settelden ontstonden stilaan de randvoorwaarden voor ondernemerschap. Vanuit de etnische gemeenschap kwam de vraag naar etnische goederen en diensten die vaak enkel konden ingevuld worden door de eigen gemeenschap doordat deze de smaak en voorkeuren goed konden inschatten. Dit proces wordt versneld in geografische regio's waar een grote concentratie van migranten uit hetzelfde thuisland samenwonen. Daarenboven, hoe groter het culturele verschil tussen de cultuur van het thuisland en dit van het gastland, hoe groter de nood aan etnische goederen en des te groter het potentieel voor de etnische markt (Volery, 2008).

Etnisch ondernemerschap kan vanuit 2 invalshoeken worden bestudeerd : de 'structuralist approach' en de 'culturalist approach'(Masurel e.a., 2004). De structurele invalshoek gaat ervan uit dat externe factoren in het gastland zoals discriminatie of toegangsdrempels op de arbeidsmarkt door opleiding- of taalttekorten, tot ondernemerschap leiden. Volgens de culturele invalshoek, daarentegen, zijn etnische en migratengroepen gewapend met cultureel bepaalde kenmerken die ondernemerschapsgedrag faciliteren en aanmoedigen (Fregetto, 2004). Deze kenmerken zijn onder andere toewijding tot hard werken, lidmaatschap van een sterke etnische gemeenschap, (financieel)zuinig leven, risico-aanvaarding, solidariteit en loyaliteit, ondernemerschaporientatie en sociale waardepatronen. Beide visies vinden we terug in onderstaand model 'the interactive model of ethnic entrepreneurship development' (Volery, 2008).

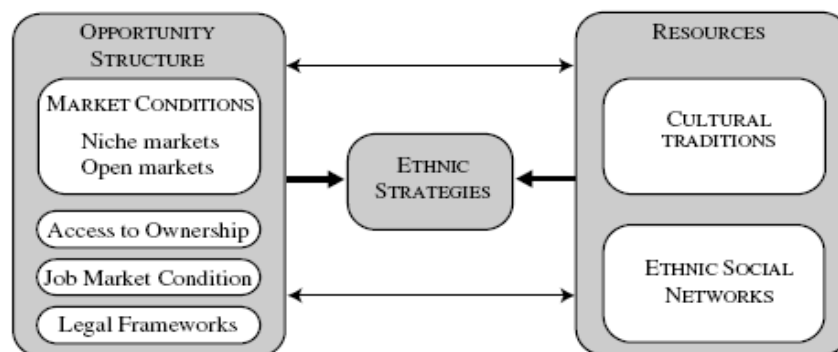


Figure 3.1 *Interactive model of ethnic entrepreneurship development; adapted from Pütz (2003) and Waldinger et al. (1990)*

De rol van 'ethnic social networks' bij etnische ondernemers is onbetwistbaar (Volery, 2008). Ze is kenmerkend voor een informele economie waarbij het sociale netwerk, bestaande uit familie, vrienden en bekenden, cruciaal kan zijn voor de opstart en groei van een etnische onderneming in de vorm van goedkope (familie)werkkrachten, (start)kapitaal en informatie. Net buiten dit sociale netwerk valt de boekhouder die een belangrijke functie vervult voor de etnische ondernemer. Naast het bijhouden van de boekhouding vervult hij ook de rol van adviseur en vertrouwenspersoon.

Het informeel etnisch Turks netwerk in Gent bijvoorbeeld is niet groot maar de dichtheid des te groter. Het is een vorm van bonding sociaal kapitaal waarbij individuen van eenzelfde etnische groep elkaar opzoeken omwille van een gemeenschappelijk verleden en migratie-ervaring (Portes, 2000). Vandaar dat deze netwerken ook vaak zeer homogeen zijn samengesteld namelijk uitsluitend uit etnische Turken. De banden onder de leden is sterk en er is een grote vorm van vertrouwen aanwezig.

Er is echter een beperkte aansluiting bij organisaties buiten het sociale netwerk. Ganovetter (1973) geeft aan dat netwerken die gekenmerkt zijn door losse banden en die heterogeen zijn samengesteld, meer sociale mobiliteit mogelijk maakt bij het vinden van werk, informatie binnen deze netwerken beter is verspreid en dus een gunstig invloed kan hebben op de bedrijfsvoering.

Een ander mogelijk nadeel is dat “door de gerichtheid op het nabije (sociale) netwerk het gevaar bestaat dat etnische ondernemers in een isolement geraken” (Heling e.a., 2007). Nochtans beweren meerdere auteurs (o.a. Hospers, 2003; Kumcu, 2011) dat ondernemerschap bij etnische minderheden bijdraagt tot sociale en economische integratie. “Ondernemerschap wordt gezien als aanjager van maatschappelijke mobiliteit en wie onderneemt, integreert automatisch” (Breitbarth, 2009). Mede omdat diploma’s minder een rol spelen zoals in de reguliere arbeidsmarkt en dat er perspectief bestaat op opwaardering in sociaaleconomische en maatschappelijke status. Onder een aantal voorwaarden kan ondernemerschap niet enkel voor een individu een belangrijk integratiekanaal zijn, maar ook op groepsniveau (SER, 1998). Ondernemerschap moet binnen de groep gezien en benut worden als integratiekanaal en niet als instrument om deels afzijdig te blijven van de samenleving. Vervolgens moet een substantieel aantal personen uit die groep gaan ondernemen en is het ondernemerschap in redelijke mate succesvol waardoor de economische positie kan verbeteren. Ten slotte moet er ontwikkeling optreden in het ondernemerschap en een verbreding van oriëntatie naar buiten de eigen groep zowel qua input van hulpbronnen als afzetmarkten. De maatschappelijke integratie van een etnische groep neemt echter in het algemeen een aantal generaties in beslag.

ETNISCH ONDERNEMERSCHAP IN VLAANDEREN

De belangrijkste migratiegolf in België kwam op gang in de jaren '60 waarbij België gastarbeiders uit hoofdzakelijk Turkije en Marokko aantrok. Tot op vandaag zijn de Marokkanen en de Turken de belangrijkste niet-Europese migrantengroepen in België. De Marokkanen wonen hoofdzakelijk in Brussel (51%), gevolgd door Vlaanderen (32%) met concentratie in de driehoek Gent-Antwerpen-Mechelen, en Wallonië (16%). De Turken hebben zich voornamelijk in Vlaanderen gevestigd met concentratie in Gent, Limburg en Antwerpen. 25% onder hen woont in Brussel (Eggerickx e.a., 2006). We kunnen er echter niet omheen dat de laatste decennia nieuwe migratiegolven uit Midden- en Oost-Europa de Vlaamse steden kleurrijker gemaakt heeft. Een aanzienlijk deel Polen, Slowaken en Bulgaren vestigen zich, al dan niet tijdelijk, al dan niet legaal in het Gentse. De diversiteit aan nationaliteiten, culturen, religies, talen, leefomstandigheden, opleidingsniveaus, vormen van migratie, ... in onze Vlaamse stad wordt heden ten dage beschreven als ‘super diversiteit’ (Blommaert, 2011). Het migratiepatroon is sterk veranderd en dat maakt dat, als we migratie enkel traditioneel bekijken vanuit de arbeidsmigratie van de jaren '60, we de complexiteit die er vandaag aanwezig is niet erkennen (Geldof, 2013). Deze nieuwe migraties geven ook een nieuwe dynamiek in het denken over etnisch ondernemen in Gent.

Cijfergegevens over het aantal etnische ondernemers in België zijn er niet. In Nederland spreekt men van een sterkere stijging van het aantal etnische ondernemers dan Nederlandse. Uit cijfers blijkt dat het aandeel etnische ondernemers van de 1^{ste} generatie in de periode 2000-2009 in Nederland gestegen is van 15% naar 25%. Dit uit zich dan ook in een groter aandeel etnische ondernemers in de totale Nederlandse ondernemerspopulatie: 14% in 2007 tegenover 12% in 2000 (Bleeker e.a., 2011). Sinds 1993 is het aantal bedrijven dat wordt geleid door Turks-Nederlandse ondernemers met 200% toegenomen, zo blijkt uit onderzoek van de Universiteit Utrecht, terwijl het aantal autochtone ondernemers in dezelfde periode steeg met 85% (Breitbarth, 2009). Van etnische bevolkingsgroepen in Nederland zijn de Turken het meest ondernemend, 9% heeft een eigen zaak, in vergelijking met 5% van de Surinamers, 4,4% van de Marokkanen en 3,8% van de Antillianen. Van de etnische Nederlanders heeft 14% een eigen bedrijf (Breitbarth, 2009).

Volgens Kumcu (2011) zijn er ongeveer 10 000 Turkse ondernemers in de 15 EU landen. De laatste 3 jaar zouden volgens hem 50% van de nieuwe starters in Brussel van Turkse origine zijn. Het totaal aan etnische ondernemers van niet-EU afkomst in Gent schatte men in 2005 op 1150, waarvan een deel ook de Belgische nationaliteit verworven heeft (Stad Gent, 2005). In 2006 had 7,7% van de Gentse zelfstandigen een buitenlandse nationaliteit. Een studie van Unizo wijst uit dat het percentage in oktober 2008 was gestegen naar 8,15%, of ongeveer één op de twaalf. Dat is weliswaar een stuk minder dan in Antwerpen (16%) of Brussel (30%), maar toch behoorlijk hoger dan het Vlaamse gemiddelde (5,09%). 'Als we er ook de vele Turkse zelfstandigen bijnemen die de Belgische nationaliteit hebben, komen we zeker aan 12 à 13%', zegt voormalig consultant allochtoon ondernemerschap van Stad Gent Mustafa Kemal Akpinar (Nieuwsblad, 2009). Uit een EOS-onderzoeksproject (2011) naar "de noden en behoeften van allochtone ondernemers en prestarters" blijkt dat de ruime meerderheid van de etnische ondernemingen micro-ondernemingen betreffen en licht oververtegenwoordigd zijn in volgende sectoren: horeca, detailhandel en bouw. Concrete gegevens over de zelfstandigheid van nieuwe migrantengroepen zijn nog minder voor handen, wel stellen we vast dat een aanzienlijk deel Bulgaarse Gentenaars werkzaam is als zelfstandige namelijk een duizendtal in 2010 (Rijksinstituut voor de Sociale Verzekeringen der Z: in Verhaeghe e.a., 2012) maar dat blijkt niet zo succesvol te zijn. 'Van de 685 zelfstandige Bulgaarse Gentenaars in 2009, hebben er 174 (25,4%) de boeken dichtgedaan' (Verhaeghe e.a., 2012:41).

Etnische ondernemers zijn vaak noodzaakondernemers, ze ondernemen uit noodzaak omwille van ontevredenheid met hun huidige job of omdat ze er geen hebben. Een zelfstandige activiteit is dan ook vaak de enige manier is om een inkomen te verwerven (Allochtone ondernemers aan de Leie, 2009; Verheul e.a., 2010). Opportuniteitsondernemers daarentegen starten een zelfstandige activiteit omwille van een marktopportuniteit. Ten tijde van economische crisis zijn er altijd veel meer noodzaakondernemers. Dat wordt bevestigd door een onderzoek van Ernst&Young (2010). Dit beweert dat tijden van economische crisis aanzet tot innovatie: werklozen zijn verplicht een zelfstandige activiteit op te richten, bedrijven zijn verplicht te veranderen en te vernieuwen (innoveren) om te overleven. Beperkte resources zou ondernemers net dwingen tot geslaagde innovatie. "Indeed, in an economic era like the one that we're now living through, innovation is not just the best game, it's the only game." Ernst&Young bevroeg wereldwijd innovatieve ondernemers die hen bevestigden dat hoe tegenstrijdig het ook mag klinken, nu (in crisistijd) het perfecte moment is om een nieuwe zaak te starten.

ONDERZOEKSVRAAG

Jarenlang is er een doelgroepenbeleid gevoerd in de aanpak van de integratie van etnisch culturele minderheden (toen: migranten). De laatste jaren is men afgestapt van het doelgroepenbeleid en probeert men de reguliere werkingen voor iedereen, toegankelijk te maken voor de specifieke doelgroepen. Dit inclusief werken is ook ingevoerd in de startersbegeleiding van ondernemers. Dit vanuit de veronderstelling dat de problemen waarmee etnische starters te maken hebben gelijkaardig zijn aan die van etnisch Vlaamse starters en geen specifieke manier van werken nodig is naar die doelgroep toe. Er zou dus een gelijkaardige behoefte aan ondersteuning vanuit het beleid zijn bij de opstart van een onderneming. Daarenboven wordt een etnische ondernemer eens hij of zij genaturaliseerd is als Belgische ondernemer geregistreerd. Dit zou er wel eens voor kunnen zorgen dat men mogelijks blind is voor problemen eigen aan etnisch ondernemerschap. Uit eerder onderzoek (Lambrecht e.a., 2002) blijkt onder andere dat opmerkelijk veel etnische ondernemers in handelsvennootschappen opereren. Op de vraag waarom en met wie werd in dit onderzoek geen antwoord geformuleerd. Ook dienstverleners die etnische starters ondersteunen getuigen dat deze doelgroep nood heeft aan aangepaste coaching- en trajectbegeleiding. De vraag of er al dan niet een apart beleid gevoerd moet worden voor etnische ondernemers blijft daarom actueel.

Een kwalitatief vooronderzoek (2011) uitgevoerd bij 7 etnisch Turkse ondernemers in Gent via diepte-interviews toont het belang van het eigen (etnisch) sociaal netwerk bij de opstart en groei van de onderneming aan. Advies bij opstart van de onderneming werd vooral gevraagd aan familie, vrienden of kennissen ondernemers met een gelijkaardige zaak. Geen enkele respondent won advies in bij een formele organisatie. Er werd wel opgemerkt dat vandaag deze formele (netwerk)organisaties toegankelijker zijn dan toen zij opstartten waarbij een respondent verwees naar de initiatieven van VOKA en Stad Gent voor starters. Het startkapitaal komt zowel uit eigen spaargeld, geleend bij familie of van een banklening. Deze laatste is niet altijd een ondernemerskrediet. Ook een persoonlijke lening of een bijkomstig hypothecaire lening werd genomen om een – in hun ogen – moeilijke procedure met businessplan te vermijden. Bij het aanwerven van personeel blijkt dat vaak taal een belangrijk criterium is. Afhankelijk van het klantenbestand (overwegend etnisch Turks of etnisch Vlaams), de andere werknemers en de ondernemer zelf kiest men eerder voor etnisch Turkse of etnisch Vlaamse werknemers. De boekhouder is echter overwegend etnisch Vlaams en beperkt zich tot boekhoudkundige taken.

Resultaten op basis van slechts 7 interviews zijn uiteraard zeer voorbarend. Uitgebreider en diepgaander onderzoek bleek daarom noodzakelijk. De onderzoeksvraag luidt: *Hoe ziet het sociaal netwerk van een etnisch Turkse micro-ondernemer in Gent eruit? Wat zijn de voor- en nadelen verbonden aan dit netwerk?*

Hiervan afgeleid onderscheiden we volgende deelvragen:

- Op wie doet de ondernemer beroep om het **startidee** af te toetsen, een **businessplan** op te maken, startersadvies in te winnen?
- Waar haalt de ondernemer **startkapitaal**?
- Indien de ondernemer **personeel** aanwerft, hoe en waar gaat men dit zoeken?
- Hoe vindt de ondernemer een **boekhouder**, welke rol speelt de **boekhouder**?

Bij elk van bovenstaande elementen bij de opstart wordt onderzocht welke rol formele en informele netwerken spelen en hoe etnisch deze zijn.

2. METHODOLOGIE

Gezien de aard van de onderzoeksvraag en de doelgroep is kwalitatief onderzoek hier aangewezen. We willen niet alleen de netwerken kwantitatief in kaart brengen, maar ook te weten komen wat er leeft aan ideeën over die netwerken. Vandaar de keuze voor diepte-interviews waarbij de interviewer uitgebreid de tijd neemt voor de respondent en aan de hand van een topiclijst zoveel mogelijk relevante informatie wenst te verkrijgen.

Eerder onderzoek (EOS, 2011) en eigen vooronderzoek toont immers aan dat de respondenten met enig wantrouwen tegenover de inhoud van het onderzoek staan en dat er bij sommige respondenten een cultuur- en taalbarrière wordt ervaren bij de interviewer. Om deze problemen te verhelpen wordt aan de bevoorrechte partners, Stad Gent en VOKA, gevraagd het onderzoek te introduceren in de gemeenschap en bij de respondenten. De mogelijke cultuur- en taalbarrière wordt verholpen door de etnische achtergrond van de projectmedewerkers die waar nodig het interview in het Turks kunnen uitvoeren.

De diepte-interviews worden afgenomen via een interviewgids (zie bijlage I) waarin gepeild wordt naar de vier elementen van het sociaal netwerk zoals eerder beschreven: business idee en -plan, kapitaal, personeel en boekhouder. Telkens wordt gevraagd of de respondent bij deze elementen eerder op (etnische) formele of informele netwerken of organisaties beroep doet. De topics van de interviewgids zijn:

- Profiel ondernemer
- Profiel onderneming
- Advies idee bij opstart
- Startkapitaal
- Werknemers
- Boekhouder
- Lid netwerkorganisaties
- Sociaal netwerk
- Terug- en toekomstblik

De onderzoekspopulatie bestaat uit 2^{de} generatie etnisch Turkse micro-ondernemers in Gent en deelgemeenten. Er wordt voor 2^{de} generatie ondernemers gekozen opdat het interview in het Nederlands zou kunnen doorgaan. 2^{de} generatie etnisch Turkse ondernemers zijn in België geboren of voor de leeftijd van 7 jaar naar België gekomen en hebben minstens 1 ouder die in Turkije is geboren. Micro-ondernemingen zijn volgens de Europese definitie een onderneming waar minder dan 10 personen werkzaam zijn en waarvan de omzet of het jaarlijks balanstotaal niet meer dan 2 miljoen euro bedraagt. In Europa zijn zo goed als bijna alle ondernemingen KMO's (99,8%) meer specifiek zijn 92,1% van alle Europese ondernemingen micro-ondernemingen (Europese Commissie,

2013). Voor dit onderzoek werd enkel het criterium van aantal werknemers gehanteerd, minder dan 10 personen werkzaam. Uit eerder onderzoek (EOS, 2011) blijkt dat etnische ondernemers licht oververtegenwoordigd zijn in horeca, bouw en detailhandel. Hier wordt geopteerd om de bouwsector te bevragen. Deze sector kent namelijk een boom binnen de etnische ondernemers en is tot op vandaag weinig gedocumenteerd, in tegenstelling tot bijvoorbeeld de horeca. Geografisch wordt het onderzoeksgebied afgebakend tot Gent en deelgemeenten. Omdat de focus van het diepte-gesprek op de opstartperiode van de onderneming ligt wordt een bijkomend criterium opgelegd aan de steekproef: de onderneming bestaat ongeveer 5 à 7 jaar.

Voor de selectie van de respondenten werd de sneeuwbalmethode gebruikt. Het is immers niet voor de hand liggend om etnisch Turkse bouwondernemers te selecteren die voldoen aan alle vooropgestelde criteria, er is ook geen registratie van deze 'groep' ondernemers. Om deze groep toch te bereiken, werd gekozen om een aantal sleutelfiguren in Gent aan te spreken voor contactgegevens van potentiële respondenten zoals een voormalig consultant etnisch ondernemen van de Stad Gent, een projectmedewerker bij VOKA die er het EOS onderzoek uitvoerde en initiatieven rond etnisch ondernemerschap heeft opgezet, een etnisch Turkse boekhouder, een etnisch Turkse ex-ondernemer en schepen van de stad Gent. Ook spraken de etnisch Turkse projectmedewerkers hun eigen netwerk in Gent aan, werd de gouden gids en de Trends Top (<http://trendstop.knack.be/nl/home.aspx>) nagekeken op bouwondernemingen met een Turks-klinkende naam. We hoopten via de Turkse netwerkorganisaties zoals BETIAD en TÜMSIAD respondenten te bereiken, maar dit bleek niet mogelijk te zijn. Eens een interview doorging, werd aan de respondenten gevraagd om contactgegevens mee te delen van respondenten die binnen de steekproef vallen. Zo bereikten we uiteindelijk heel wat bouwondernemers.

In dezelfde periode werd door bachelor studenten van de Arteveldehogeschool, opleiding bedrijfsmanagement, voor hun bachelor proef een gelijkaardig onderzoek gevoerd: met dezelfde interviewgids werden twee bijkomstige steekproeven genomen. De ene groep studenten interviewde 15 etnisch Turkse horeca-uitbaters in Gent, de andere groep 15 etnisch Vlaamse bouwondernemers in Gent en deelgemeenten.

In dit rapport focussen we ons voornamelijk op bespreking van de resultaten bij de etnisch Turkse bouwondernemers. Echter, om culturalisering van de resultaten enerzijds en veralgemening anderzijds te vermijden zullen we daar waar nodig de resultaten van de etnisch Turkse bouwondernemers met de etnisch Turkse horeca-uitbaters en etnisch Vlaamse bouwondernemers vergelijken.

3.RESULTATEN

Op basis van de hierboven beschreven sneeuwbalmethode werden 13 etnisch Turkse bouwondernemers bevroegd en werden de resultaten hiervan afgetoetst bij een expert. Het veldwerk liep in de periode november 2013 tot maart 2014. Van alle interviews – behalve één – werd het gesprek met een digitale recorder opgenomen en nadien letterlijk uitgetypt. De transcripten werden thematisch aan de hand van de interviewgids en bijkomende thema's gecodeerd en

geanalyseerd. De studenten bevroegen elk 15 respondenten en gingen op dezelfde manier tewerk voor analyse. De kenmerken van de respondenten bevindt zich in de bijlagen (bijlage II).

Reeds bij aanvang van het veldwerk werd het snel duidelijk dat bereidwillige respondenten vinden die voldeden aan alle vooropgestelde criteria moeilijk zou worden. Het onderwerp en de aan te snijden thema's bleken voor sommige respondenten – op het eerste zicht - nogal vertrouwelijke informatie te bevatten. Daarenboven hebben ondernemers in het algemeen, maar in de bouwsector in het bijzonder, zeer weinig vrije tijd zodat we hen moesten overtuigen om een deel van deze tijd vrij te maken voor een interview. Met sommige respondenten lukte het echt niet een afspraak te maken gezien de weinig vrije momenten. Deze hindernissen hadden tot gevolg dat de onderzoekers gedwongen werden flexibel om te springen met de vooropgestelde criteria van de steekproef.

Ten eerste bestaan de ondernemingen van bepaalde respondenten langer of korter dan 6 jaar. Met de oprichters die het bedrijf reeds langer dan 6 jaar geleden hadden opgericht lukte het toch om in het gesprek terug te keren naar de opstartperiode van het bedrijf. Diegenen die recenter een bedrijf hadden opgericht waren allen ervaren ondernemers die niet toe waren aan hun eerste onderneming.

Het tweede criterium: een micro-onderneming met maximum 10 werknemers werd ook niet steeds gerespecteerd. Bouwondernemingen worden gekenmerkt door een fluctuerend aantal werknemers afhankelijk van het aantal opdrachten en het seizoen. Drie respondenten hebben meer dan 10 werknemers in hun bedrijf werken op het moment dat het interview werd afgenomen.

Ten slotte werden ook 5 ondernemers bevestigd van de 1^{ste} generatie die allen rond hun 20^{ste} naar België kwamen. Allen woonden reeds min of meer 20 jaar in België. Met vier van hen werd het interview voornamelijk in het Turks gevoerd door één van de onderzoeker die beëdigd vertaler- tolk is. Hun Nederlands was voldoende om te ondernemen maar de aard van de vragen en de diepgang van het gesprek was voor deze respondenten te moeilijk om het gesprek in het Nederlands te kunnen voeren. Deze interviews werden door de onderzoeker die het gesprek in het Turks voerde zelf bij het uittypen meteen vertaald naar het Nederlands.

In de volgende paragrafen worden de resultaten besproken volgens het profiel van de onderneming, het profiel van de ondernemer en ten slotte bespreken we het gebruik van formele en informele netwerken en netwerkorganisaties en de etniciteit ervan.

PROFIEL VAN DE ONDERNEMING

Hoe gebeurde de opstart? Wie werd erbij betrokken? Hoe werd het startkapitaal bijeen gebracht? Voor wie werken de ondernemers? Wie zijn de werknemers? Hoe werft men die aan? Wie is de boekhouder, wat is zijn/ haar rol en hoe kiest men de boekhouder? Op deze vragen geven we hierna een antwoord. We sluiten af met een terug- en vooruitblik van de ondernemers op hun onderneming.

OPSTART

“Ik wist niet hoe ik moest starten, ik wist niet wat ik nodig had. Ik wist het allemaal niet. Ik ben naar een boekhouder geweest en heb echt gevraagd: wat heb ik nodig, wat heb ik niet nodig?”

Bitter weinig etnisch Turkse ondernemers winnen advies in over hun opstart bij de daarvoor voorziene organisaties. Starten met ondernemen gebeurt vaak overhaast en ondoordacht. Sommigen zijn erin gerold door eerst als zelfstandig in bijberoep te werken, anderen zetten hun idee koppig door ondanks beperkte zakelijke kennis. Ze willen liefst hier en nu hun idee uitvoeren en rekenen hiervoor bijna hoofdzakelijk op de expertise van de boekhouder. Dit typeert noodzaakondernemers: op korte termijn via ondernemerschap een inkomen willen verwerven. Tijd om rustig voor te bereiden hebben ze meestal niet.

De boekhouder maakt – indien nodig – het financieel plan op, geeft advies over de statuten en regelt de opstartformaliteiten. Vele ondernemers willen op korte termijn via een zelfstandige activiteit een vervanging van loon of werkloosheidsuitkering. Het gebrek aan lange termijnvisie van deze ondernemers wordt bevestigd in één van de interviews.

Ondernemers wiens ouder(s) een zelfstandige activiteiten uitvoer(d)en, hier of in Turkije, hebben reeds enkele relevante netwerken waar ze op kunnen rekenen, nemen meer voorbereidingstijd, zien het belang van extern advies inwinnen en hebben zo een beter idee over waar ze naartoe willen met hun onderneming.

STARTKAPITAAL

Respondenten vertelden ons dat in deze sector, de bouw, men met beperkt materiaal kan starten: *“met een schop, een boor, een hamer en een camionette kun je bij wijze van spreken morgen starten.”* Het is dan ook weinig opvallend dat er beperkt kapitaal nodig is voor starters in de bouwsector. Er werden weinig leningen, formeel of informeel, aangegaan bij de opstart en vooral geïnvesteed via privé kapitaal. Kapitaal dat gespaard was tijdens de jaren arbeid in loonverband, een uitzonderlijke verkoop van een woning of een wagen, bleken voldoende in de opstartfase om het nodige materiaal te verschaffen en de storting van het kapitaal waarvan het bedrag afhangt van de rechtsvorm van het bedrijf. Een lening aangaan bij de bank bij opstart, blijkt niet zo evident te zijn. Respondenten wijten dit aan de sector waarin ze actief zijn (deze is risicovol) en de onmogelijkheid om de nodige documenten voor te leggen (financieel plan of businessplan). Voor investeringen in de doorgroei van het bedrijf wordt wel beroep gedaan op een bank. Via etnisch Turkse kredietmakelaars wordt enkel geleend indien de respondent de makelaar goed kent (informeel netwerk) of de lening wordt afgewezen bij een bank. De meeste ondernemers onderhandelen liever rechtstreeks met de bank dan extra marge te moeten betalen via een kredietmakelaar.

Opvallend weinig ondernemers lenen kapitaal bij familieleden voor de opstart. Het beroep doen op de brede familie (tantes, ooms, grootouders, neven,...) is niet meer aan de orde binnen de Turkse gemeenschap. Dit bevestigen nagenoeg alle respondenten, alsook de gesproken expert. De grootfamilie brokkelt alsmaar af in de Turkse gemeenschap. Als men beroep doet op familie, gaat het vooral over ouders, broers en zussen. Dit netwerk wordt enkel aangesproken als back-up: in financieel moeilijke tijden of bij faillissement. *“Ik ben de jongste zoon maar voor mijn vader zijn we allemaal gelijk. Als er iets gebeurt dan leggen we alles op tafel en helpen elkaar. Want als een firma failliet gaat is het hier niet gemakkelijk om terug opnieuw te beginnen (...) het is ons gelukt omdat wij een eenheid vormen met onze familie. Eendracht maakt sterk.”*

Bij de etnisch Vlaamse bouwondernemers werd ook relatief weinig geleend bij opstart. Het startkapitaal van de eenmanszaken bestaat voornamelijk uit inbreng van eigen materiaal. Een aantal

respondenten gaven aan voor de aanschaf van het bedrijfsvoertuig geleend te hebben, dat dan werd ingebracht als eigen materiaal. Diegenen met een BVBA brachten het startkapitaal bijeen via eigen inbreng, een lening, erfenis of via vrienden. Slechts 1 respondent had geleend bij familie. De lening werd wel geformaliseerd: *“We zijn dan gestart in hoofdberoep via een win-win lening door de ouders die ons dat verschaft hebben. De stap om bij de bank te gaan is misschien voor mij groter, terwijl bij u ouders kan je zeggen ‘dit jaar kunnen we niet afbetalen en volgend jaar kunnen we wel afbetalen’. Dat was om goed te kunnen starten of makkelijker te kunnen starten.”* De meeste etnisch Vlaamse ondernemers vinden dat lenen bij familie of vrienden een zware druk legt op de relatie en mijden dit ook liever: *“Dat vertroebelt en dat geeft een andere verhouding. Een vriend is ineens geen vriend meer, maar iemand die je geld gegeven heeft. Het onpersoonlijke van een bank is een prettiger gevoel.”*

De meeste etnisch Turkse bouwondernemingen hebben een vennootschapsvorm. We vermoeden daarom dat er via vennoten extra kapitaal of materiaal wordt ingebracht. Vele etnische ondernemers hebben familie, voornamelijk broer of zus, als vennoot in het bedrijf. Indien zij kapitaal binnenbrengen, dan wordt het nodige kapitaal bij opstart verdeeld over de vennoten. Dit werd niet expliciet bevraagd in het gesprek.

Er wordt ook geen gebruik gemaakt van de financiële ondersteuning voor starters zoals het starterscontract van de Stad Gent waarbij een starter 5000€ subsidie kan ontvangen verspreid over 3 jaar mits voorleggen van een businessplan en startersbegeleiding. Slechts 1 respondent had succesvol deze subsidie verkregen. De meesten zijn er niet van op de hoogte of laten zich afschrikken door de administratieve formaliteiten: *“Ik heb daarnaar geïnformeerd, eerlijk gezegd. Maar ... er was zo te veel papierwerk dat ik gezegd heb ‘ik ga dat niet doen’. Ja, er waren zo ingewikkelde dingen dat ik zei: ‘ik ga dat niet doen’. Het was ook niet zoveel geld dat ik kreeg ... En ik heb op twee maanden al het geld dat ik geleend had, terugbetaald. Van vrienden en al, dus ...”* Ook een ondernemer uit de horeca sector getuigde: *“Ik had dat ergens gelezen, van een maat gehoord dat de stad Gent voor jonge starters kapitaal gaf, als je dat kapitaal niet had. Ik heb me wel een keer geïnformeerd enz. Maar toen mijn schoonbroer zei van ‘ik ga lenen voor u, je moet het niet gaan vragen aan de stad Gent.”* De boekhouder blijkt wel de spilfiguur om deze informatie aan de ondernemer door te spelen en hem te begeleiden in de formaliteiten.

KLANTEN

Zo'n 30 jaar geleden begonnen etnische Turken huizen te kopen en renovaties uit te voeren. Vanuit deze concrete behoefte binnen de gemeenschap, kwamen er meer en meer etnisch Turkse bouwondernemers. In het begin bestond het werk vooral uit renovatie, gaandeweg breidde het aanbod uit. Vele etnisch Turkse bouwondernemers gaven aan dat zij in het begin vooral etnisch Turkse klanten hadden. Het was een etnisch Turkse economie uitsluitend gericht op de eigen groep. Vandaag is het Gentse meer gekenmerkt als een 'etnische mozaïek' (Verhaeghe, 2013:21). De groep Gentenaars met een andere origine, is vandaag de dag groter, veel gevarieerder in etnische samenstelling, divers op vlak van socio-economische status waardoor er meer netwerken zijn onder de verschillende etnische groepen. Bij etnisch Turkse ondernemers zien we concreet dat hun klantenbestand gevarieerder is dan vroeger. Dit bestaat uit onder andere etnisch Noord-Afrikaanse klanten, Pakistanen, maar een (ruime) meerderheid zijn etnisch Vlaamse klanten, wat blijkbaar ook de voorkeur is van deze ondernemers. Volgende citaten maken duidelijk waarom: *“Bij een Belg moet*

dat perfect zijn en als er iets bijkomt (extra werk), dan wordt er voor betaald dus dat is een groot voordeel.” “Ik neem niet veel werken van Turken aan. Omdat op’t einde...dat begint goed en eindigt altijd slecht.” “De prijzen staan hoger bij de Belgen. Dus als je bij een Turk gaat, zijn je prijzen al minder, plus nog werk dat ze meer laten doen.” Vlaamse klanten zijn ‘makkelijker’: ze discussiëren niet meer over de afgesproken prijs, betalen bij voor extra werk en betalen beter.

De etnisch Turkse horeca-uitbaters hebben voornamelijk etnisch Vlaamse klanten zo ook de etnisch Vlaamse bouwondernemers.

WERKNEMERS/ VENNOTEN

Bij de meeste respondenten was het vrij onduidelijk hoeveel werknemers en vennoten nu precies werkzaam waren in het bedrijf. De bouwsector wordt gekenmerkt door wisselend aantal arbeiders afhankelijk van het aantal opdrachten en de periode in het jaar, toch werkte niemand met een uitzendkantoor om bijvoorbeeld piekmomenten op te vangen. Bij teveel werk wordt eerder met onderaannemers gewerkt.

Door de vennootschapsvorm maakten de meesten onderscheid tussen vennoten, werkende vennoten en arbeiders. Vennoten zijn vaak familieleden en hoofdzakelijk van Turkse origine, op een paar uitgezonderd (etnisch Bulgaars of etnisch Vlaams). Arbeiders worden tot vennoot gemaakt om hen te binden aan het bedrijf via winstdeelname. Goede stielmannen vinden en ze behouden is een pijnpunt in de bouwsector. *“Ook werkende vennoten om een vast team te hebben waarop kan worden vertrouwd, soort van binding via winstdeling.”* Anderzijds moet op vennoten minder lasten betaald worden dan op arbeiders, vennoten zijn dus vaak verdoken arbeiders. Of vennoten ook effectief delen in de winst, is onduidelijk.

Vennoten of werkende vennoten worden ook aangetrokken omwille van hun bekwaamheid om bepaalde werken te kunnen uitvoeren die behoren tot gereguleerde beroepen bijvoorbeeld elektrotechniek of verwarming plaatsen. Werk dat de ondernemer niet zelf mag uitvoeren omwille van reglementering wordt ook uitbesteed aan onderaannemers.

Toch was het bij sommige respondenten zelfs na herhaaldelijk vragen hoeveel werknemers er nu precies waren zeer onduidelijk. Vermoedelijk is er zwartwerk maar dit werd door geen enkele respondent vernoemd. Het is wel duidelijk dat ze nood hebben aan polyvalente, flexibele arbeiders. Vele respondenten doen algemene verbouwingswerken en specialiseren zich dus niet in een bepaalde activiteit.

Dergelijk profiel vindt men hoofdzakelijk in etnisch (Turks) Bulgaarse stielmannen: *“Je hebt geen arbeiders binnen de bouw, bijna niet, die alles kunnen (...) dat hebben wij (“Belgen”) niet, die zijn niet gemotiveerd voor die jobkes. Wij doen algemene bouw: betegelen, chappe, plakken, deuren plaatsen, plafonds, ...” “Ja die kennen hun stiel, Bulgaren (...). In hun land hebben ze altijd dingen gedaan in de bouw (...) dat zijn goede arbeiders.”* Vermoedelijk wordt door de respondenten met flexibiliteit ook bedoeld lange werkuren doen, sommigen getuigden ook op zaterdag te werken. Toch verwachten de meeste zaakvoerders dat hun arbeiders voldoende Nederlands kunnen. Sommige zaakvoerders sturen hun (etnisch Bulgaarse) arbeiders op Nederlandse les.

De etnisch Turkse horeca-uitbaters hebben vooral nood aan medewerkers die zowel Nederlands (communicatie met de klanten) als Turks (communicatie met de kok die vaak uit Turkije komt) spreken.

Etnische Bulgaren worden door respondenten vaak genoemd als polyvalente en flexibele werknemers. De volgende anekdote maakt de nood aan dergelijke werknemers duidelijk: *'als we dakwerken doen en we leggen een dak open, is het de bedoeling dat het dak weer snel toegedaan wordt. Je weet nooit met het weer in België. Als we aan een dak werken en het begint te regenen, zal een Belgische werknemer zijn recht om te stoppen met werken gebruiken. Een Bulgaar of een Pool is betrokkener op het werk, en zal ondanks het slecht weer doorwerken om het dak toe te leggen. Zo'n mensen hebben wij nodig'*. Wat niet is gezegd door de respondenten, maar blijkt uit ander onderzoek, is dat Bulgaren het slachtoffer zijn van fraudesystemen namelijk hen langer laten werken aan minder loon. Ze worden ook vaak gedwongen om het statuut van zelfstandige aan te nemen om de strenge regelgeving voor de bescherming van werknemers te omzeilen. Deze uitbuitingspraktijken worden niet enkel toegepast door etnische Vlamingen, maar ook door etnische Turkse (Wets en Paulens, 2011, in Verhaeghe, 2013: 41-42).

De aanwerving van arbeiders gebeurt hoofdzakelijk via het eigen informeel netwerk: *"Als ik er nodig heb, zeg ik tegen die gasten: vraag eens rond."*, *"Ik ga niet rap mensen aanvaarden die ik niet ken."*, *"We vertellen rond dat we iemand zoeken."*, *"Ja ja, je vraagt rond, aan iedereen: ken je iemand die een werk zoekt. Of die bij ons wil komen werken, je vraagt dat aan je familie, aan je vriendengroep en na een tijdje komen ze bij u."* Een uitzendkantoor wordt als te duur ervaren, sommigen werken met stagiairs of met IBO of Activa van de VDAB. Slechts één respondent liet arbeiders overkomen van Turkije omwille van een knelpuntberoep. Maar de meesten werven aan via via en getuigen dat werkzoekenden vaak hen contacteren.

Een aantal respondenten kozen er expliciet voor om samen met een broer of zus samen te werken, als vennoten. De voorkeur voor werken met familie is vaak financieel, het bezitten van een diploma bedrijfsbeheer en het grote vertrouwen dat aanwezig is. Enkelingen gaven ook nadelen van werken met familie zoals beperkt autoriteit als baas, niet kwaad kunnen worden op werkende familieleden, familieleden die misbruik maken van de familiebanden en dat men als familie altijd voelt het voorbeeld te moeten stellen tegenover de andere werknemers. Alle respondenten die met familie werken in de zaak gaven echter mee dat de voordelen ruimschoots de nadelen overtreffen.

Bij de etnisch Vlaamse bouwondernemers wil de meerderheid van de respondenten alleen zaakvoerder blijven omwille van de hoge loonkosten, de werkvrijheid en de kwaliteit. Als ze zouden samenwerken met een andere zaakvoerder zullen ze ideeën moeten overleggen en zou er goede communicatie moeten zijn. Hetzelfde geldt voor personeel: *"Ik heb dan ook schrik dat als er een dag zou komen dat ik met personeel zou werken dat de kwaliteit achteruit zou gaan en uw naam is sneller naar beneden gemaakt dan dat je hem goed maakt. En vandaar heb ik daar zo een beetje schrik voor om met personeel te werken, hoewel ik het graag zou willen."* Er werd verder opgemerkt dat er een zeer groot verschil in attitude is tussen een zelfstandig en een werknemer. De laatste meldt zich sneller ziek, heeft vaak geen zin om te werken, werkt trager en de afwerking is minder goed. Ze zijn minder gemotiveerd om het werk goed te doen omdat ze op het einde van de maand toch hun loon krijgen.

De boekhouder speelt een belangrijke rol bij de opstart. Hij is vaak dé externe adviseur niet enkel boekhoudkundig, maar ook administratief, fiscaal, juridisch, voor personeelszaken, etc. *“Boekhoudster, ja absoluut. Op alle gebied dat ze zei van, let daarop, allez ja, administratief gezien, juridisch gezien. Zij heeft ook alles opgemaakt. Wij hebben dat altijd samen besproken eigenlijk met haar, hoe we 't zouden opstellen, het beginkapitaal, wat zou het zijn? T'is allemaal eigenlijk met haar dat we alles opgestart hebben, doordat we overgingen van een eenmanszaak naar een bvba.”* Vermoedelijk wordt het gebrek aan een aantal (zakelijke) ondernemerscompetenties gecompenseerd door de externe boekhouder. *“Eigenlijk is de belangrijke job van de boekhouder advies geven.”* Tijdens enkele interviews vernamen we het idee van het opstarten van een consultancybureau. Dit omdat men een noodzaak in de markt ziet in het ondersteunen van etnisch Turkse (pre)starters op boekhoudkundig, financieel, juridisch, personeelsadministratie, ... vlak. Boekhouders zijn veelal overbevraagd en vooral etnisch Turkse ondernemers hebben grote verwachtingen van hun boekhouder die voor hen meer moet doen dan enkel boekingen.

Ook etnisch Vlaamse ondernemers zetten hun boekhouder in bij de opstart van de onderneming. Zowel voor de keuze van de rechtsvorm als de opmaak van het ondernemersplan. Hun vertrouwen in de boekhouder is echter genuanceerder dan die van de etnisch Turkse ondernemers: *“De boekhouder zegt ‘zitten’, dan zitten we. Als boekhouder zegt ‘opstaan’, dan staan we. Als hij zegt ‘lopen’, dan lopen we.”* (citaat etnisch Turkse ondernemer) *“Vertrouwen wel, maar blind vertrouwen niet.”*(citaat etnisch Vlaamse ondernemer)

Een boekhouder wordt heel vaak gekozen op aanraden van andere ondernemers uit het persoonlijke netwerk of omdat ze hem/ haar persoonlijk kennen. Sommige ondernemers kiezen bewust voor een etnisch Vlaamse boekhouder, anderen bewust voor een etnisch Turkse boekhouder. Opmerkelijk waren recent een aantal ondernemers doelbewust overgeschakeld op een etnisch Turkse boekhouder. *“... en we zijn weg bij die boekhouder. We werken nu met een Turkse boekhouder. Met de boekhouder hebben we geen taalprobleem. (...) Ik neem in het algemeen contact op met de Turkse medewerkers omdat mijn Nederlands niet voldoende is. Alle nodig administratie wordt daar gedaan, alles is officieel, niets is onofficieel.”* Ook een respondent uit de horeca gaf taal als belangrijkste reden op voor een etnisch Turkse boekhouder: *“Omdat mijn moedertaal Turks is en wij zijn ook niet hier geboren, daarmee, we zijn altijd tekort van taal. Als 1 woord minder gebruikt of mis gebruikt, dan gaat dat een heel andere betekenis krijgen, daardoor ... en de boekhouding vind ik heel belangrijk.”*

Sommigen kiezen voor een etnisch Vlaamse boekhouder omdat men ervan uitgaat dat deze makkelijker met een (sociale inspectie of belasting-) controleur kan praten: *“Ik heb op sommige plaatsen controle gehad van de RVA, ik bel hem (boekhouder) hij spreekt met hem, hij regelt alles eigenlijk. Als hij een Turk was, ik denk niet dat het zo gemakkelijk zou verlopen. Elke keer ik problemen heb, bel ik de boekhouder, hij regelt alles voor mij, hij maakt de weg gemakkelijker voor mij.”* Sommigen gaan ervan uit dat de perceptie van een etnisch Turkse ondernemer met een etnisch Turkse boekhouder gelijkstaat aan ‘gesjoemel’. De ondernemers die bewust voor een etnisch Turkse boekhouder kiezen doen dat omwille van taal (zie citaat hierboven), omdat men hem kent (uit kindertijd), omdat men hoopt op een voorkeursbehandeling en/ of men op een informele manier wil werken met de boekhouder. Voor de meeste respondenten doet de origine van de boekhouder er niet toe: hij / zij moet goed werk leveren tegen een redelijke prijs.

TERUGBLIK/ TOEKOMST

“Ik ben eigenlijk blij dat mijn vader indertijd met zoiets begonnen is, de meesten krijgen eigenlijk zo’n kans niet.”

“Ik ben zeer tevreden, ik verkoop nu meer keukens dan ik dacht. We zijn met 30 à 35% gestegen tegenover vorig jaar en dat in crisistijd”

“Ik ben fier dat ik begonnen ben met een bedrijf op te starten. Moest ik het eerder gekend hebben of eerder iemand mee steun gegeven hebben, zou ik ’t eerder gedaan hebben.”

“Nee, nee, normaal, normaal is goed. ... Wie ziet zichzelf als succesvol? Ik ben blij dat ik mijn brood kan eten en dat de zaak een beetje draait, dat is het ... maar meer verwacht ik daar niet van.”

“Ja sinds mijn ... allee toen ik begonnen was. Toen ik 15 jaar was heb ik... had ik zo een doel en ik wou rond mijn 20-21 jaar beginnen als zelfstandige en dat heb ik bereikt.”

Bovenstaande citaten illustreren dat de respondenten over het algemeen tevreden zijn over hun ondernemersparcours tot nu toe, ook al zijn sommigen al meerdere keren failliet gegaan. *“Ja ik ben tevreden, natuurlijk, maar ik kijk nooit terug, want iemand die terugkijkt naar het verleden bereikt niets, hij moet de toekomst zien, kijken naar wat komt in zaken. Ik heb ook verlies geleden vb vorig jaar heb ik ongeveer 100.000 euro verlies geleden, maar ik denk daar niet aan, ik kijk niet terug (...). Ik heb bereikt waarvan ik droomde. Verhuizen van een ruimte van 260m² naar een magazijn van 3800m² dat nu te klein is voor ons. We hebben een verleden van 10 jaar. Hopelijk als we het ander magazijn ook geopend hebben we een magazijn van bijna 6000m² ruimte.”*

Echter, gezien er geen respondenten werden bevroegd die recentelijk failliet verklaard werden, kan er een verkeerd beeld worden gegeven. Wat bleek tijdens de bevraging van ondernemers die ooit eens failliet zijn gegaan, is dat ze hun vroegere negatieve ervaring niet als een persoonlijk falen maar meer als een leermoment beschouwen. Dit is een duidelijk cultureel verschil met de perceptie van falen volgens de Vlaamse normen.

Sommige ondernemers dachten aan uitbreiden, maar waren toch behoorlijk voorzichtig met deze plannen in crisistijd. Enkele ondernemers wilden uitbreiden naar Turkije omwille van de economische mogelijkheden daar, omwille van de taal, discriminatie, de administratieve last en loonkosten hier. Ze zien meer toekomst voor zichzelf in hun economisch groeiend thuisland.

PROFIEL VAN DE ONDERNEMER

In de volgende paragrafen wordt het profiel van de etnisch Turkse ondernemer besproken: opleiding en loopbaan, de invloed van generatie op ondernemerschap, durf en risico, discriminatie als zelfstandige, status van het ondernemerschap, zakelijke creativiteit, wat als ouders al ondernemer waren en ten slotte succesfactoren volgens de respondenten zelf.

De meesten hebben geen of een gebrekkige opleiding en leerden het vakmanschap eerder uit vorige jobs in loondienst of 'on the job' dan uit een geschikte vooropleiding. Dit is een duidelijk verschil met de etnisch Vlaamse bouwondernemers die – over het algemeen – een evidentere carrière pad volgden. Van een bouwopleiding in secundair onderwijs naar arbeider in bouwbedrijf, sommigen ploeg- of werfleider en dan tot de vaststelling komen dat ze voldoende competenties hebben verworven om zelfstandig te starten. *“Op den duur had ik zoiets van, eigenlijk ben ik al meer een meestergast dan wat anders ... Op de lange duur dan uiteindelijk voor mijn eigen gaan werken.”* Bij de etnisch Turkse horeca-uitbaters hebben slechts weinig een horeca- of koksopleiding.

Ook wordt bij de etnisch Turkse bouwondernemers weinig tot praktisch geen opleiding of bijscholing gevolgd om hun ondernemerscompetenties te verbeteren. Dit omdat ze op zeer korte tijd willen starten met de eigen onderneming. Indien de oprichter het geëiste diploma bedrijfsbeheer niet in handen heeft, verkiest die vaak een vennoot in te brengen die het wel heeft dan zelf de opleiding te volgen en het diploma te behalen. Er zijn langdurige en kortlopende opleidingen bedrijfsbeheer (bijvoorbeeld bij Syntra) maar deze duren ofwel te lang of vereisen teveel (voor- of taal-)kennis. Niet enkel een gebrekkige motivatie maar ook gebrek aan tijd (combinatie werk en studies) en een slechte schoolervaring spelen een rol om hier niet voor te kiezen. 'Learn on the job' is een visie die hen typeert. Hieronder een aantal citaten die dit illustreren:

“ ... een beetje opleiding op school (bouw), maar de meeste opleiding heb ik eigenlijk ervaren door zelf erin te werken.” “Voor mij is dat plan lezen, metselen, ik heb vloeren, plakken ... Ik heb dat allemaal geleerd op mijn eigen ... Bij een bouwvakker heb ik als diener gewerkt en ben beginnen leren op mijn eigen.”

“Niemand heeft mij gezegd dat ik de dingen zo moest doen, ik heb altijd mijn plan kunnen trekken. Eerst ben ik begonnen met een kok in dienst, om alles te kunnen leren. Daarna ben ik zelf blijven koken.”

“Ze willen liever betalen voor iemand (of over te nemen zaak) die alle registratienummers heeft in plaats van zelf die opleidingen te volgen”

“Liever een bedrijf met schulden overnemen dan zelf bedrijfsbeheer volgen.”

Een ondernemer in de horeca zei: *“Ik heb geluk gehad. Eén van mijn nichten heeft bedrijfsbeheer behaald. Ik heb dus de bedrijfsbeheer van mijn nicht moeten gebruiken. Daarachter is mijn kok hier toegekomen en met zijn diploma zijn we gestart.”*

Alle bevraagde etnisch Vlaamse bouwondernemers hadden zelf hun diploma bedrijfsbeheer, al dan niet behaald in avondonderwijs. Een kleine uitzondering had een atypische loopbaan, maar zag wel duidelijk het belang van opleiding: *“Ik heb eigenlijk sporthumaniora gedaan en dan een beetje mijn weg gezocht een beetje van alles gedaan, ook als muzikant even naar school geweest drie jaar. Dan een tijdje events gedaan, opbouw en afbraak van events en zo ook veel geleerd altijd. Maar uiteindelijk de interieurbranche dat is iets naar mijn bloedstroom nu denk ik, ook van mijn vader was ook meubelmaker eigenlijk en je kunt uw roots niet ontlopen toch ergens. Op een gegeven punt kom je daar toe dat dat toch uw ding is en dan ben ik eigenlijk een keer als ik echt goed wist oké ik ga in die interieurbranche verder dan ben ik terug gaan studeren, ik ben eerst avondonderwijs gaan, eerst*

autocad gevolgd. Ook dan gelijker tijd een opleiding houtbewerking gevolgd in de avondschool en onder impuls van die avondschool ben ik eigenlijk terug gaan studeren op Sint-Lucas.” Bijna elke etnisch Vlaamse respondent zei af en toe extra opleidingen te volgen in avondonderwijs.

Faling wordt door de etnische Turkse ondernemers gezien als een leermoment. Enkele respondenten waren niet aan hun eerste bedrijf toe en hadden reeds één of meerdere falingen achter de rug. Telkens zijn ze opnieuw gestart met een nieuwe zaak: *“Juist op dat moment hadden we met een faillissement te maken. (...) Daarna heb ik deze firma opgericht. Door mijn eerdere ervaring hebben we geen problemen met deze firma. Door de eerste firma hebben wij ervaring opgedaan, maar ook wel verlies geleden.”*

GENERATIE EN GESLACHT

“Turken uit Turkije zien hier meer opportuniteiten, durven veel meer omdat ze minder te verliezen hebben. Ze willen ook harder werken. Als die mensen van Turkije naar hier komen, die hier huwen, die hebben dat, die verantwoordelijkheid niet. Die zeggen: morgen, morgen begin ik een winkel. En die beginnen een winkel. Om ze in feite ... Je hebt iets opgebouwd en je wel niet dat dat gemakkelijk kapot gaat. Die mensen hebben daar misschien een moeilijk leven gehad en zien hier al die kansen.”

Volgens een aantal respondenten neemt 1^{ste} generatie etnisch Turkse ondernemers meer risico dan de etnische Turken die hier zijn geboren. Ze hebben immers niets te verliezen: *‘ze zijn met één valies naar hier gekomen en kunnen ook weer zo teruggaan’*. Ze zien ook meer opportuniteiten in de markt. 2^{de} generatie etnische Turken durft niet altijd hun comfort op te geven in ruil voor de onzekerheid van het ondernemen.

Onder de 14 respondenten uit de bouwsector zijn slechts 2 vrouwelijke etnische Turkse ondernemers. Dit lijkt ons niet uitzonderlijk voor de gekozen sector. In andere sectoren zijn vermoedelijk meer vrouwelijke etnisch Turkse ondernemers. Beide respondenten getuigen hun mannetje te staan en geen nadeel te ondervinden van hun vrouw-zijn. *“Anders? Neen, ik heb dat toch niet opgemerkt, ik heb dat niet ondervonden. Wat ik hier soms krijg, is dat ze naar mijn man vragen. Als ik Turkse klanten krijg, die mijn man of mijn neef kennen, en ze vragen dan of hij hier komt of X of X hier komt, ik zeg ja: ik sta hier, zij komen niet naar de winkel. Als ik u kan helpen?”* Wel kennen ze persoonlijk geen andere vrouwelijke ondernemers binnen of buiten hun sector en hebben ze zelf zo goed als geen informeel netwerk van ondernemers. Contacten met andere mannelijke etnisch Turkse ondernemers verloopt via hun partner of medevennoot.

MOTIVATIE ONDERNEMERSCHAP

Sommigen zijn in het ondernemerschap ‘gerold’. Een voorbeeld hiervan is een respondent die door renovaties uit te voeren bij vrienden, hem aanraadden om zelfstandig met deze activiteit te starten.

Voor enkelen was werken als zelfstandige in bijberoep (of in zwart) naast een job in loonverband in dezelfde sector een opstap naar volledig zelfstandigheid omdat er teveel werk was om het aan te kunnen in bijberoep. Dit was ook het geval voor een aantal etnisch Vlaamse bouwondernemers.

Anderen starten omdat ze niet langer als arbeider willen werken, hopen op een betere financiële situatie voor hun gezin, ze ambities hebben om hogerop te geraken en/ of iets achter te laten voor

de kinderen (soms als back-up voor als ze niet studeren). *“Ik heb geen problemen gehad, want ik ben een beetje van een lager niveau hé, ik kom van Turkije, voor mij is er geen probleem. Maar die jongens die hier studeren, die krijgen vaak problemen. Ze worden niet direct aanvaard door de grote werkgevers hé. Dan maken wij er iets positiefs van. Wij proberen die jongens een eigen zaak te laten starten. Ik zeg van: begin met een zaak te starten. Want die hebben een hoger diploma, maar geraken niet aan werk. Dat klopt niet hé”*

“Wat kan je doen als arbeider? Je hebt juist genoeg om rond te komen. Als je begint als arbeider en zo verder doet, dan wordt iedereen in je familie ook arbeider. Maar als je een eigen zaak opstart, kan je je kinderen begeleiden in de eigen zaak. Mijn gedachte was om niet te eindigen als arbeider zodat ook mijn kinderen geen arbeiders zouden worden”

Hoewel het niet expliciet werd bevraagd door de onderzoekers, gaven enkele respondenten aan dat discriminatie ook een motivatie was om te starten als zelfstandige: *“Ze waren wel streng. Omdat hij een Turk was, was hij altijd aan minder loon aan 't werken en hij heeft dan gezegd: ik ga eens zelf starten. Ik was er niet mee in. Allé, ik wou niet starten met die zaak. Mijn man zei: “Ik ga 't werk doen, jij moet gewoon 't papierwerk doen, of de boekhouding doet 't werk”.*

Ten slotte zijn sommigen opgegroeid met ondernemerschap thuis of was het een evidente keuze. *“Ik heb in het restaurant van mijn ouders gewerkt en nadien heb ik mij gelijk meer bezig gehouden met immobiliën, vastgoed. Dus kopen van huizen en verhuren van huizen. 't Is daarmee eigenlijk dat we tot de conclusie gekomen zijn om een onderneming te openen als aannemer. Omdat er zo veel werken waren in de huizen dat we op de duur 24 uur op 24 aan 't werken waren in de huizen zelf dan dat we onze job konden doen. Dus hebben we gezegd: 't is best dan dat we een firma starten. Op de duur ken je toch alles, na 10 jaar weet je alles...”*

“Van kindsbeen af ben ik al meer zelfstandig van mezelf. Ik bedoel... Ik ging, als ik kind was, ging ik auto's gaan wassen op de parkings, van de GB, van de Delhaize. En de mensen die hun inkopen deden... Ik vroeg gewoon: mag ik uw auto wassen of uw ruiten wassen? En ik verdiende daar zo'n 8000 frank. Toen, in die tijd hé! Daar moest een mens in die tijd een ganse dag voor gaan werken. Ah ja, in de fabriek had je niet meer dan 1000 frank toen hé. Of die hadden misschien 1300 frank, ik ga 't zo zeggen. Ik had 1000 frank op twee uur. Dan ben ik beginnen sparen en op mijn achttien jaar had ik al een heel mooie rekening. En dan ben ik... Ja, ik heb altijd zelfstandig willen zijn. Ik bedoel, ik was achttien jaar en ik had al een auto. Toen ik negentien jaar was, had ik geld om twee woningen te kopen. Al gespaard hé!”

Een etnisch Turkse respondent uit de horeca zei: *“Het ondernemerschap zit ons in het bloed.”* Een andere horeca-uitbater vertelde: *“Ja, ik heb al altijd zelf iets willen beginnen, hé! Dat is dus zo. Ik ben afgestudeerd als apothekersassistent. Ik heb dus altijd in het ziekenhuis gewerkt. Dat werk beviel mij heel goed maar toch de zelfstandige kriebels blijven erin zitten. Ik wil zelfs iets beginnen.”*

Er zijn dus diverse motivaties om te starten als zelfstandige, wat wel duidelijk blijkt is dat voor de meesten onder hen de keuze van sector niet of minder gelinkt is met opleiding in vergelijking met etnisch Vlaamse bouwondernemers. Vaak zijn het andere redenen die hen ertoe aanzetten om op een creatieve manier een inkomen te verwerven en sociaal mobiel te zijn.

Opvallend is ten slotte de jonge leeftijd waarop in de horeca gestart wordt als ondernemer bij de etnisch Turkse respondenten, gemiddeld 25 jaar bij de bevroegde ondernemers. *“Ik ben heel jong begonnen. Ik was toen maar 18 jaar. De eerste paar jaren waren moeilijk voor mij, want ik had geen ervaring en niks van opleiding en zo. Maar met de tijd...”*

DURF & RISICO

Al de geïnterviewde ondernemers toonden blijk van durf en risico nemen. *“Ik had gewoon het risico genomen, omdat ik wist dat ik goed was in de bouwsector. Ik zei ‘ik ga op mijn eigen beginnen’.” “Ik steun sowieso. Ik zeg altijd: je moet durven doen. Je moet altijd durven. Want als je niet durft, dan kun je ook niet starten.”*

Respondenten zeggen dat ze weinig te verliezen hebben, vandaar dat ze meer risico's durven nemen. Tijdelijke arbeid, slechte werkomstandigheden, onzekere jobs doen respondenten het risico nemen om het anders te proberen. Als we hierbij 1^{ste} en 2^{de} generatie vergelijken, dan zien we dat de 1^{ste} generatie ondernemers nog meer risico durven nemen omdat ze net minder te verliezen hebben. Dit werd ook bevestigd door 2^{de} generatie respondenten, zij hebben vaak al het een en ander opgebouwd en durven niet altijd hun comfort opgeven om risico's te nemen.

Sommigen hebben meerdere bedrijven, een aantal voorziet in de nabije toekomst een tweede bedrijf te openen. Anderen hebben in de verleden reeds een faillissement meegemaakt maar namen opnieuw het risico. *“Ondernemen is risico nemen”* en dat doen etnisch Turkse ondernemers duidelijk.

Etnisch Vlaamse ondernemers durven minder snel risico te nemen. Slechts twee respondenten startten meteen na hun (bouw gerelateerde) studies, de meesten pas op latere leeftijd eens ze voldoende ervaring hadden opgedaan. *“Hij is op zijn twaalfde begonnen op het dak bij zijn papa. Op zijn zestiende is hij overgegaan op leercontract. Hij heeft geen diploma behaald. Eerst was hij jaren werknemer als dakwerker, om daarna zelfstandig te worden in dezelfde niche.”*

DISCRIMINATIE

Discriminatie die de etnische ondernemer al dan niet ondervindt, was geen expliciete vraag in de interviewgids, maar het thema kwam spontaan naar boven in heel wat interviews. Etnisch Turkse ondernemers vinden dat ze zich extra moeten bewijzen tegenover potentiële klanten: *“We moeten onszelf bewijzen” “Wij moeten ons extra bewijzen. T'is daarom dat als't nieuwe klanten zijn, dat ik (X) stuur, dat ik zelf niet ga. Ik ken andere aannemers, Belgen, die hebben het enorm gemakkelijk om werk aan te schaffen en zo dan ons. (...) Als ik naar daar ga, bij een nieuwe klant, is dat met een IPad, met alles, van kijk, dat waren de werken ervoor, dat zijn de werken erna en dat en dat en dat, over alles beginnen uitleg geven. Maar bij hen is dat ... als ik buitenkom na 2 uur, dan komen zijn na een half uur.”*

Ze kunnen met discriminatie te maken hebben via leveranciers, bij administratie of zelfs omwonenden van een bouwverf. De volgende citaten illustreren dat:

“ Bij vb 10 ambtenaren vind je wel 2 die racistisch zijn. Als je daarmee vergelijkt, dan heb je soms wel problemen. Hoewel alles officieel is, je documenten in orde zijn, krijg je toch te maken met vertraging of zijn er andere zaken.”

“ Op vlak van klanten hebben we niet te maken met racisme. (...) Maar soms maken we het toch mee. Als ik een werk aanneem dan bel ik steeds aan bij de linker- en de rechterbuur om mij voor te stellen, ik geef dan mijn kaart af en vertel dat als ze enige schade lijden mij op dat nummer kunnen bellen. Wij hebben toen wel een probleem gehad. Ik had een baksteen laten vallen bij de burens, ik stelde voor om eens te kijken en een foto te maken om door te sturen naar de verzekering, ik kon het zelf ook herstellen vb maar die liet mij gewoon niet binnen om te kijken. Ik kon de schade niet zien. Zeggen dat er schade is en die niet laten zien.”

STATUS

Hoewel we zeker niet mogen veralgemenen, blijkt uit de interviews dat etnisch Turkse ondernemers niet ongevoelig zijn voor uiterlijke statuselementen. Statuselementen zijn een parameter voor het succes van de ondernemer binnen de eigen netwerken. Het wordt in de etnisch Turkse gemeenschap gezien als een indicatie van hun (recent) succes. Het is een manier van communiceren van succes. Het belang hechten aan statussymbolen is vaak gelinkt met een onzekere en recent verworven status door hard werken, iets bereikt te hebben maar nog steeds de angst te hebben die status ieder moment te verliezen (cfr statusangst: Linton, 1936). Dit is ook vaak de precaire situatie waarin etnisch Turkse ondernemers zich bevinden in de eerste jaren.

Statussymbolen als uiting van succes, leidt tot kopieergedrag binnen de eigen etnische groep. Als bijvoorbeeld een Mercedes voor de deur van de ondernemer staat, denken anderen nogal snel dat de ondernemer succesvol is. Andere ondernemers denken dat evengoed te kunnen doen en kopiëren het idee: “blijkbaar is het goed geld verdienen met zo’n zaak, dus ik zal ook zoiets starten.” Jammer genoeg heeft men dan geen realistisch beeld van de ondernemer: “Alleen ’t mooie en dat je veel verdient, dat zien ze alleen. Want bij mij is’t ook zo, eerlijk gezegd, de eerste 3 à 4 jaar heb ik gewoon geleefd, zoals anderen, maar daarna heb ik een dure auto gekocht en dan zien ze: ah ja, kijk die heeft geld.”

ZAKELIJKE CREATIVITEIT

Een creatieve ondernemer gaat op zoek naar nieuwe marktmogelijkheden en kan zijn onderneming positief onderscheiden van de concurrentie. De meeste etnisch Turkse respondenten uit de bouwsector zijn hier niet sterk in. Ze zijn niet gespecialiseerd en willen net zo’n groot mogelijke markt bespelen door zoveel mogelijk bouwactiviteiten aan te bieden zoals afbraak, volledige renovatie, opkuis, elektriciteit, loodgieterij, ... Een respondent hoopte het verschil te maken in het bieden van een goede service namelijk tijd nemen om goede afspraken te maken, timing

respecteren,... Een andere respondent zag een opportuniteit in een toekomstige wetgeving en subsidieregeling voor isolatie van spouwmuren en zou zich hierop willen toeleggen. Dezelfde respondent getuigde dat hij zijn bouwfirmabegonnen was omdat hij werd gevraagd om mannen te sturen naar een grote renovatiewerf in Brussel. Voor zijn bijdrage kreeg hij een procent van de omzet. Hierin zag hij de opportuniteit om een bouwbedrijf op te starten.

Zakelijke creativiteit in de vorm van omspringen met beperkte middelen (geldelijk en niet geldelijk) is wel een sterkte van etnisch Turkse ondernemers. *“Ik heb verschillende werken gedaan in Turkije maar hier hebben ze geen enkele van mijn expertise aanvaard. En toen, ik heb hier een vriend die een diploma heeft, die afgestudeerd is van de bouwschool. Ik heb dat toen aan die vriend voorgesteld en hij wou helpen. Hij zei kijk ik heb dat gestudeerd maar het is mij niet gelukt en nu werk ik in de fabriek. Door zijn diploma te gebruiken hebben we het bedrijf kunnen oprichten. Ja, op die manier hebben we het bedrijf opgericht. Na 3 jaar kon ik hem ontslaan uit het bedrijf en ben ik zelf zaakvoerder geworden.”* Een andere respondent getuigde hun bedrijf (aanleg straten en opritten) opgestart te hebben met een paar schoppen en kruiwagens, pas later kochten ze al het nodige materiaal zoals rollmops voor klinkers. Vandaag werken ze onder andere in opdracht van stad Gent, Kortrijk en Brugge.

Indien de oprichter, zaakvoerder, zelf niet alle nodige competenties heeft dan lost men dit bijvoorbeeld zo op: *“We hadden geen ervaring, maar we hadden de beste kok, de beste kelner, de beste pizzaman gepakt die in Gent aan het werken waren en zo zijn we gestart.”*

ouders ondernemer

Uit de gevoerde interviews blijkt dat bij ondernemers wiens ouder(s) ook ondernemer waren, een aantal competenties meer aanwezig waren namelijk ze waren professioneler, ze hebben een duidelijke lange termijn visie voor hun bedrijf, zijn gestart vanuit een positieve motivatie, ze onderstrepen het belang aan formele netwerken en lijken ook succesvoller te zijn. Omgekeerd kunnen we niet stellen dat je enkel succesvol kunt zijn indien je bij zelfstandige ouders bent opgegroeid.

“Dat beroep is gekend bij ons, wij doen het al lang. Ik doe dat werk graag, dat is ons werk, onze boterham.”

“Vanaf mijn 6 jaar eigenlijk, ik heb alles geleerd van mijn vader, de manier van zaken doen.”

“Weet zelfstandig zijn, is moeilijk. Ik heb dat ook ervaren samen in de bakkerij van mijn vader. Ik heb tezelfdertijd gestudeerd en ook meegeholpen in de bakkerij toen ik jong was. Ik had in feite zelfs geen zin om eraan te beginnen, maar mijn vader heeft me zo een beetje gepusht. Zo van, ik ga de zaak overnemen en het is voor u hé, dan kan je zelf beginnen. Dan kan je op je eigen voeten staan.”

Deze respondenten geven hiermee aan dat ze gesocialiseerd zijn in de middenstand en waarden zoals klantgerichtheid, vriendelijkheid en belang van netwerken met de paplepel hebben meegekregen (Peeters, 1993).

SUCCESFACTOREN

Volgens sommige respondenten liggen volgende elementen aan de basis voor het succes van etnisch Turkse ondernemers in groot-Gent: gesteund worden door familie, vertrouwen hebben in jezelf, hard werken en goede informele netwerken hebben. In vergelijking met etnisch Vlaamse bouwondernemers zijn de ondersteuning vanuit de brede familie, het brede informele netwerk en hard werken typisch culturele elementen die tot hun succes kan leiden.

Ze worden gesteund door familie, het gezin: “De broer in Turkije volgt de zaken daar op en wij proberen hier zaken te doen. Ik ben de jongste zoon, 33 jaar maar voor mijn vader zijn wij allemaal gelijk. Als er iets gebeurt dan leggen we alles op tafel en helpen elkaar. Want als een firma failliet gaat is het hier niet gemakkelijk om terug opnieuw te beginnen omdat je veel betalingen hebt, veel boetes. Hoe is het ons gelukt, omdat wij een eenheid vormen met onze familie. Eendracht maakt je sterk. Als iedereen verdeeld is, is het moeilijk om die eenheid terug te vinden. Maar omdat wij niet afstandelijk zijn lukt het ons op deze manier. Dus u zegt de meeste steun krijg ik van mijn familie? Zeker.”

Zelfvertrouwen hebben is ook belangrijk: *“Ja, als je vertrouwen hebt in uw werk, in uw eigen, dan kun je ver gaan. Je moet niet opgeven. En als je die steun niet hebt eh...”*

We kunnen inderdaad stellen dat het harde werkers zijn. Het was uiterst moeilijk om met hen een afspraak te kunnen vastleggen. Ze werken 's avonds behoorlijk laat door en ook op zaterdag.

“Dat is echt dag en nacht werken hé, dat is niet gemakkelijk. “

“Nee, nee, er komt veel bij kijken. Je moet ook nog leven vind ik. Want voor dat mijn zoon hier gestart is, voor mij was dat zeven dagen op zeven werken. Dat was echt zwaar, en ik kwam van een halftijdse. In het begin werkte ik voltijds, maar na, denk ik, tien jaar ben ik halftijds beginnen werken en ik was dat gewoon. En dan plots hier fulltime, zeven dagen op zeven.”

“Dit doe ik niet tot mijn 65^{ste}. (...) Ik moet alles zelf doen. Ik stel mezelf totaal... Alles, ik doe alles zelf. Eerlijk gezegd: werken doe ik niet veel, maar ik... Maar ik moet langs alle kanten achter papieren, achter werk, achter materiaal. Ik weet welk materiaal we moeten gebruiken, wat goed is, wat slecht is. En ik moet die gasten gaan controleren of ze hun werk goed doen.”

In de volgende paragrafen worden de netwerken besproken die worden gebruikt door etnisch Turkse ondernemers. Hierbij al een aantal uitspraken die aantonen dat een hecht informeel Turks netwerk inderdaad voordelig kan zijn:

“Wij hebben graag het moeilijkste job’ (is een troef in vergelijking met belgen) / de turken hebben een hechtere gemeenschap ‘misschien iets minder dan vroeger, maar toch nog altijd’. Dat heeft zijn voordelen... Dus als je hulp nodig hebt eh, dat kan bijvoorbeeld dat je voorbeeld, allé ja, je staat in panne eh, je weet niet wie dat je moet bellen eh, dan bel je een vriend, je zegt “ja wat moet ik doen, ik sta hier met problemen, mijn wagen wil niet starten of euh” en dan gaat hij misschien zeggen “kijk, binnen vijf minuten ben ik daar”.

Vertaald naar de werksetting is dit: *“Ja, dus mensen die zelfstandig zijn euh, moet er bijvoorbeeld iets gebeuren eh. Je belt hem en je zegt “ja kijk, kun jij dat stuk voor mij maken?” en hij zegt “ja, geen*

probleem” en anders moet je misschien heel lang wachten en, en, in korte tijd maken ze dat dan...omdat je die euh die connecties hebt met mekaar. Ik help hem een keer en hij helpt mij een keer. Dus hechte gemeenschap, maar ook door euh...Door zakelijk ook, allé ja.”

“Je krijgt gemakkelijker hulp van je eigen omgeving.”

NETWERKEN: FORMEEL EN INFORMEEL

Een derde en laatste domein waar bijzonder veel aandacht aan besteed is tijdens de interviews, is het formele en informele netwerk van de etnisch Turkse ondernemers. Hieronder bespreken we achtereenvolgens het formele en het informele netwerk.

FORMEEL NETWERK

De formele adviesorganisaties, zowel de Turkse (vb Betiad, Tümsiad) als de Vlaamse (vb Unizo, Voka, het OOG), zijn relatief weinig gekend bij de ondernemers.

Een aantal kent ze wel bij naam maar weet niet goed wat ze voor hen kunnen betekenen.

Sommige respondenten zien het nut niet van deze netwerkorganisaties voor hun onderneming en doen er geen beroep op. Bijvoorbeeld de Turkse netwerkorganisaties: *“Ja ik ken ze , ik ben 1 keer naar een vergadering van X geweest (...). Ik vond het nogal saai, waarom: er was enorm veel volk en er waren geen persoonlijkheden, iedereen die anders op café zit was daar aanwezig op die vergadering van X bij manier van spreken. “ “Unikom hé. Dat is ook belangrijk hé, allez, ik vind dat positief hé, dat is zeer goed om samen iets te doen ... want één hand heeft niets en twee handen wel hé, op die manier”*

Sommige ondernemers erkennen wel dat adviesorganisaties hun bedrijfsvoering vooruit kunnen helpen en hen kunnen bijstaan met advies. Een citaat over de Vlaamse netwerkorganisaties illustreert dit: *“Awel, waarom zouden we daar lid kunnen worden? Euh, dat zijn sommige dingen dat ze... Ze hebben daar mensen voor. Ze hebben daar bijvoorbeeld euh juristen eh, advocaten die daar euh met uw vragen terecht kunt eh. En... ja. Voordeel ook ja. en die organiseren ook euh cursus, opleidingen en dat is heel belangrijk. Jaja, heel interessant. Want uw personeel moet, ja die moeten bepaalde dingen kunnen doen ook, allé ja. Je kunt nooit op hetzelfde plaats blijven dus...”*

Echter, in het algemeen hebben ondernemers geen tijd om infosessies of netwerkactiviteiten van adviesorganisaties bij te wonen. En dit is niet typerend aan etnisch Turkse ondernemers.

“ik mis veel dingen, maar ik kán niet. Want ik heb alleen de zondag dat ik thuis zit en voor de rest heb ik niets, maar niets van tijd, niets. Als ze mij uitnodigen en als ik dan niet ga, is 't voor niks, vind ik, allé, ja. Maar bij is 't, de zaterdag durf ik soms, want de zaterdag werken wij ook veel.”

“Ik ben niet kunnen gaan. Mijn broer heb ik er eens naar gestuurd, maar ik ben zelf niet geweest. Ik heb geen tijd daarvoor. Echt, ik ben constant vol.”

Sommige horeca-uitbaters gaven ook de prijs aan (van het lidgeld) als reden om niet (meer) te gaan: *“Maar nu niet meer. Ik ben gestopt. Ik kreeg toegestuurde facturen van zoveel. Ik heb betaald en ik*

ben gestopt. Euh ook euh bij die Turkse dingen, we horen niet, we zien niets. We willen graag inlichtingen. De wetten veranderen. Alles is aan het veranderen hier in België, maar we zijn van niets op de hoogte. Maar ze willen dat we lid zijn, maandelijks 50, 100€. Ik ben nergens lid van momenteel.”

Informatie over nieuwe regelgevingen, veranderende procedures en ander extern advies van formele organisaties wordt voor het allergrootste deel opgevangen door de boekhouder. Ook het eigen informeel sociale netwerk van hoofdzakelijk etnisch Turkse ondernemers wordt hiervoor aangesproken. De vraag is of het sociaal netwerk wel over genoeg en correcte informatie beschikt waardoor de ondernemer geholpen is op langere termijn.

INFORMEEL NETWERK

Etnisch Turkse ondernemers netwerken opvallend veel minder tijdens activiteiten van formele netwerkorganisaties. Ze netwerken wel in hun eigen voornamelijk etnisch Turks sociaal netwerk van ondernemers waarbinnen het café als fysieke ontmoetingsplaats dient. Deze cafés zijn vanaf midden jaren '70 ontstaan, net als de eigen verenigingen en winkels. *'Ze richtten als het ware hun eigen samenleving in'* (Verhaeghe, 2013, 125). Deze cafés bestaan nog steeds en blijven een belangrijk ontmoetingsplaats voor de mannen. Mannelijke ondernemers treffen elkaar in cafés alsook (nieuwe) klanten en treffen er (nieuwe) werknemers.

Nieuwe werknemers aantrekken, klanten vinden, boekhouder vinden, raad vragen gebeurt allemaal “via via”. Het typeert hun sterk uitgebouwd informeel netwerk.

“Aanwervingen ook via via, werken met onderaannemers ook via via, klantenwerving via via: Ook via via... want uw connecties worden groter en groter na een tijd. Dus ik, bijvoorbeeld ik heb iets nodig, ah ik bel dan bijvoorbeeld naar iemand, ik zeg “ja ken jij iemand die dat kan doen?” Hij zegt “ja, ik ken iemand” en hij geeft me zijn nummer, dan bel ik hem op ...en zo, zo... Ja dat werkt wel, die euh die netwerken? Ja, ja”

“Wij, wij... Nog altijd ook... Als jij morgen bij mij komt, en wij zijn goede vrienden, vraag jij mij een bedrag. Als ik zeg ja, is 't ja. En wij gaan er geen papier over tekenen of zoiets, wij doen dat niet. Nog altijd.”, “Een woord is een woord, dat moet niet op papier. Turken lenen elkaar materiaal uit, belofte is belofte, steun naar elkaar, en turken vertrouwen elkaar.”

Dit netwerk wordt aangesproken om hulp te krijgen bij opstart, advies, zakelijke problemen te bespreken, werknemers en boekhouder te vinden. *“Bij is er een gezegde: als je binnen in het restaurant bent, is het concurreren tot en met. Maar als we gedaan hebben met werken, zitten we allemaal samen aan één tafel en dan praten we over allemaal dingen.”*

De ontmoetingsplaats, het café, wordt door sommigen ook gebruikt als een soort van vergaderruimte voor besprekingen met (potentiële) klanten. Één respondent heeft naast een bouwbedrijf ook een eigen café dat naast café ook dienstdoet als ontvangstruimte voor (toekomstige) werknemers en (toekomstige) klanten. *“Ik bezoek hen soms, ze komen ook naar hier, ik zie hen op café bijvoorbeeld als ik tijd heb. Op die manier. We bellen met elkaar veel.”*

Vinden van geschikt personeel via het sociaal netwerk: *“Elkaar helpen met het doorsturen van goed personeel: dat je weet van, die persoon gaat niet zomaar iemand sturen. Maar nu komen ze bij ons solliciteren dus euh... Wij vragen ook soms rond. Waarom? Euh, als je ene die voor u werkt, of ene die je kent, die iemand naar u doorstuurt, is 't meestal... Zijn ze zeker van de persoon wie dat ze doorsturen, want anders gaan ze ook een slechte naam hebben eh, anders zeg ik “allé ja, je hebt me ene aangeraden, maar jongens, euh, ik ben er niks mee”.*

Problemen bespreken via het sociaal netwerk: *“Als we elkaar zien dan bespreken we elkaars fouten. Bv; ik heb een bepaalde fout begaan, slechte beslissing, en omdat hij dat al eerder heeft meegemaakt, deelt hij zijn ervaring met je. Ik heb zo drie vier vrienden met wie we onze problemen delen en bespreken om elkaar te helpen. Dat zijn ook Turken? Ja.”*

Opvallend zegt geen enkele ondernemer advies te vragen binnen zijn netwerk, maar wel geven ze allen advies aan andere vrienden ondernemers binnen hun netwerk. *“Ik zou van niemand hulp of financiële hulp vragen. Maar ik zal wel anderen helpen bv. Een vriend van mij wou iets starten in Antwerpen; ik heb hem geholpen. Ik heb genoeg aan mijn eigen ervaringen. Het zijn Turkse vrienden en kennissen Of: Of het gebeurt zo ... iemand wil een bouwfirmat starten, die helpen we dan, op welke manier bv. We geven hen voorbeelden, zo van als je op deze manier werkt, dan geraak je er. We geven hen op die manier adviezen.”, “Awel euh soms euh hoe dat ze bijvoorbeeld euh moeten te werk gaan, op wat dat ze moeten letten. “*

De informaliteit binnen het eigen informeel netwerk trekken ze ook door in hun formele (Turkse) netwerken. Ook al werd het niet letterlijk vernoemd door de respondenten is dit – volgens ons - ook één van de redenen waarom sommigen een etnisch Turkse boekhouder verkiezen. Ze verwachten van hem een informele werkwijze: voortdurende bereikbaarheid (24 op 24), moeilijk om met afspraken te werken, aanspreekpunt voor allerlei advies waarvoor men niet extra wil betalen.

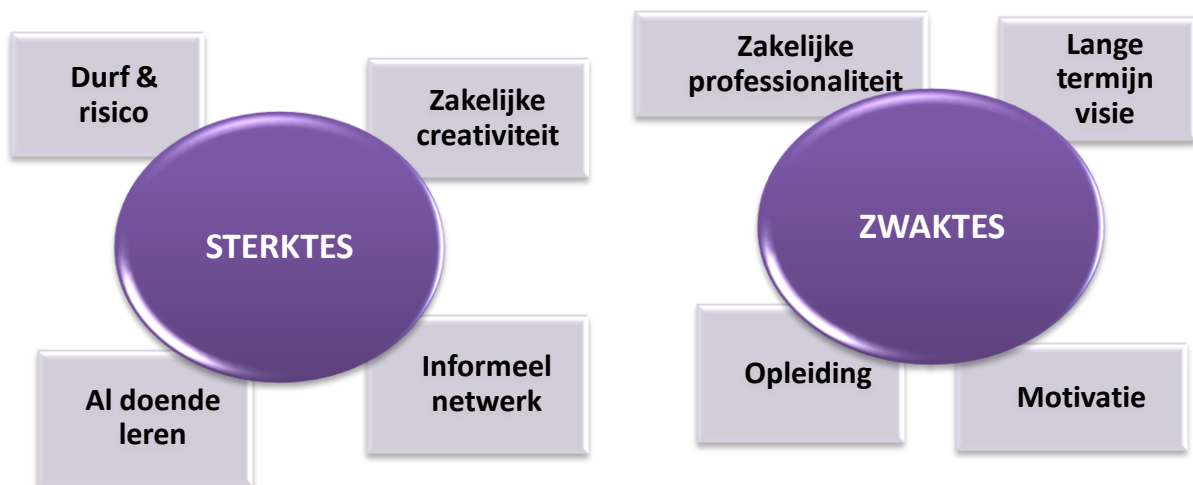
Vele etnisch Turkse ondernemers hadden het moeilijk om het eigen informele sociaal netwerk te omschrijven. Na doorvragen bleek dit vooral te bestaan uit voornamelijk Etnisch Turkse vriend-ondernemers uit de eigen sector en erbuiten, familie en voornamelijk etnisch Turkse vrienden die geen ondernemers zijn. Een kleine minderheid geeft aan dat zij ook etnische Vlaamse vriend-ondernemers hebben.

Zoals eerder vermeld hebben de twee vrouwelijke respondenten geen enkel professioneel netwerk van (vrouwelijke) ondernemers. Misschien is dit niet zo ongewoon voor vrouwelijke onderneemsters in een eerder mannelijke sector (de bouwsector). Onder de geïnterviewde etnisch Vlaamse bouwondernemers bevond zich geen enkele vrouwelijke ondernemer dus kan er geen vergelijking worden gemaakt. Hoeveel vrouwelijke etnisch Turkse ondernemers zijn er actief in groot-Gent? Bestaan er informele (Turkse) netwerken van vrouwelijke ondernemers in groot-gent? Kennen ze bestaande initiatieven van Belgische netwerkorganisaties om vrouwelijke ondernemers te laten netwerken? Hebben ze te weinig tijd om te netwerken? Hebben ze geen behoefte om zakelijke problemen te bespreken met vrienden-ondernemers? Het lijkt ons interessant om deze vragen verder te onderzoeken.

4. CONCLUSIE

In dit onderzoek werden 13 etnisch Turkse bouwondernemers en 1 expert bevroegd over het gebruik van hun netwerken tijdens de opstart van het bedrijf. Gelijktijdig werden 15 etnisch Turkse horeca-uitbaters enerzijds en 15 etnisch Vlaamse bouwondernemers anderzijds geïnterviewd.

Doorheen de bespreking van de resultaten is duidelijk geworden dat etnisch Turkse ondernemers een aantal zwaktes hebben, maar tegelijk ook een aantal duidelijke sterke eigenschappen. We bespreken ze in de volgende paragrafen.



Ook al hebben ze niet de juiste vooropleiding om zelfstandig te starten, durven ze wel het **risico** te nemen om als zelfstandige te starten. Een onderneming opstarten is niet voor elke respondent een logische volgende stap in zijn carrière pad, en dit zowel voor de etnisch Turkse bouwondernemers als de horeca-uitbaters. Bij deze laatste zijn er zelfs nog minder starters met een geschikte vooropleiding of werkervaring. Ook is de leeftijd waarop een aantal hun zaak startten opvallend jong. Bij de etnisch Vlaamse bouwondernemers liggen – op een paar uitzonderingen na - hun opleiding, beroepskeuze, werkervaring en zelfstandige activiteit in dezelfde lijn. Vaak hebben ze zelfs al ervaring in een leidinggevende functie als ploegbaas. Daarom is voor hen de stap naar zelfstandigheid relatief klein. In die zin tonen etnisch Turkse ondernemers durf en nemen ze meer risico's als ze starten, wat een belangrijk eigenschap is voor een ondernemer.

Etnisch Turkse ondernemers gaan wel **creatief** om met hun beperkte vooropleiding en expertise in het domein waarin ze een bedrijf starten. We begrijpen creativiteit hier niet als het zien van marktopportunities. Ze gaan een tijdje in loondienst werken bij een gelijkaardig bedrijf, ze zoeken vennoten die wel die diploma's of ervaring hebben en leren ook gewoon 'on the job': ze nemen de stap om te starten en leren uit hun fouten. Sommigen zijn al enkele keren failliet gegaan maar beginnen toch opnieuw als zelfstandig. Dat getuigt van een behoorlijke portie lef en durf, dat we hier zakelijke creativiteit noemen. De etnisch Vlaamse ondernemers gaan iets bedachtzamer te werk en durven minder snel risico te nemen. Ze wachten tot ze al de nodige competenties (en vaak ook kapitaal) hebben om te starten.

Een faillissement zien deze etnische ondernemers dan ook niet als een persoonlijk falen, ze **leren** uit hun fouten en nemen best practices mee naar hun nieuw bedrijf. Ook de (onvoorwaardelijke) steun van het gezin en familie in tijden van moeilijkheden draagt er volgens ons toe bij dat ondernemers een **faillissement** beter doorkomen en zich gesteund (financieel en moreel) voelen om opnieuw te starten. Hierbij moeten we wel opmerken dat slechts enkele respondenten reeds een faillissement achter de rug hadden en herstart waren. We hebben geen ondernemers bevestigd die hun faillissement niet te boven (financieel of moreel) zijn gekomen. Mogelijks krijgen we hierdoor een vertekend beeld van de veerkracht van etnisch Turkse ondernemers. Wat wel duidelijk bleek uit de interviews, is dat ze een behoorlijk positievere betekenis geven aan falen in die zin dat ze makkelijk herstarten en zeggen te leren uit hun fouten.

Het is opvallend dat etnisch Turkse ondernemers meer steunen op **familie en vrienden** ondernemers dan de bevestigde etnisch Vlaamse ondernemers. De familie van de etnisch Turkse starters staat meestal achter hun beslissing. Ook is familie vaak medevenoot of personeelslid in het bedrijf. Vanuit hun hoedanigheid van venoot kunnen zij ook inbreng in kapitaal of natura doen. Dit werd echter niet expliciet bevestigd. Financiële steun van dichte familie, meestal werd de vader vernoemd, wordt pas concreet als het bedrijf financiële moeilijkheden heeft. Etnisch Vlaamse ondernemers daarentegen willen liever net niet van familie of vrienden lenen en regelen dit liefst formeel via de bank.

Het belang van en de rol die het dichte Turkse **informele netwerk** speelt is typisch voor de etnisch Turkse ondernemers. Dit netwerk is gekenmerkt door sterke banden en homogeniteit qua samenstelling. Er heerst een groot vertrouwen binnen dit netwerk en daarom wordt het gebruikt voor allerlei persoonlijke maar ook zakelijke doeleinden. Informatie inwinnen, personeel zoeken, boekhouder vinden, advies inwinnen gebeurt 'via via' binnen het netwerk. Het is hun sociaal kapitaal. Dé fysieke ontmoetingsplaats is het café waar ondernemers uit verschillende sectoren elkaar ontmoeten, ze soms afspreken met klanten, leveranciers of onderaannemers. Opvallend in horecasector zijn vrienden ondernemers vaak concurrenten. Er heerst concurrentie tussen de ondernemers, maar erbuiten zijn de uitbaters vrienden.

De boekhouder valt net buiten het informele netwerk, hoewel men van een boekhouder van dezelfde origine wel verwacht dat een informele aanpak mogelijk is. Hij of zij speelt een belangrijke rol inzake advies en is vaak de gatekeeper als het om relevante bedrijfsgerelateerde informatie gaat bijvoorbeeld subsidies, gewijzigde wetgeving etc. Volgens ons is dit voor sommige ondernemers een manier om het gebrek aan bepaalde (administratieve) **zakelijke ondernemerscompetenties** te verdoezelen. Hoewel een diploma bedrijfsbeheer nodig is bij opstart, gaat men hiervoor vaak een mogelijkhedenoplossing zoeken door een medevenoot met diploma in te schakelen of een gefaald bedrijf over te nemen. Hierdoor is er echter mogelijks een gebrek aan bedrijfsgerelateerde kennis en vaardigheden bij de oprichter/ zaakvoerder en steunt die teveel op de competenties van de boekhouder.

Ze hebben dan ook weinig boodschap aan advies van **formele netwerkorganisaties** zoals Unizo, maar ook Betiad of Tümsiad. Vooral de horeca-uitbaters zien de meerwaarde van lidmaatschap en advies niet in. Het programma en de activiteiten van zowel de Vlaamse als Turkse netwerkorganisaties zijn niet aangepast aan hun verwachtingen. In de bouwsector wordt door sommige ondernemers hun belang wel erkend maar kunnen ze omwille van tijdsgebrek de infosessies of netwerkmomenten niet

bijwonen. Vermoedelijk is het ook niet gemakkelijk voor etnisch Turkse ondernemers om beroep te doen op deze organisaties, aangezien ze zich weinig of niet bewegen binnen deze netwerken.

Etnische ondernemers ondernemen vaak uit noodzaak: omdat ze werkloos zijn of ontevreden in hun huidige job. Vermoedelijk heeft het ondernemerschap op zich ook een bepaalde status vooral bij etnische Turken maar dat is als zodanig niet uit het onderzoek gekomen. Er werd wel geïllustreerd dat voor sommige respondenten een eigen bedrijf meer toekomst had dan te blijven steken in een arbeidersfunctie, zowel voor zichzelf als voor hun kinderen. Hun **motivatie** is daarom niet steeds dezelfde als deze van opportuniteitsondernemers: zij starten omwille van een opportuniteit die ze opmerken in de markt en waarop ze een antwoord willen bieden met hun onderneming. Noodzaakondernemers beschikken daarom mogelijks niet over alle ondernemerscompetenties. In dit onderzoek kwam bijvoorbeeld naar voor dat etnisch Turkse ondernemers vaak een gebrek aan **een lange termijnvisie** hebben, net omdat ze gewoon op korte termijn voor een gezinsinkomen willen zorgen via een zelfstandige activiteit. Ze willen op korte termijn hun gezin voorzien van het nodige inkomen. Ook sommige etnisch Vlaamse ondernemers getuigden geen personeel te willen aannemen of te willen uitbreiden, ze willen gewoon hun brood verdienen via een zelfstandige activiteit.

5. BRONNENLIJST

- Bleeker, D., Bruins, A., Braaksma, R., Monitor vrouwelijk en etnisch ondernemerschap (2010). EIM, Zoetermeer, pp. 77-79.
- Blommaert, J. (2011). Superdiversiteit. *Sampol*, 9, pp.24-35.
- Breitbarth, A. (2009). Forse toename Turkse ondernemers. *De Financiële Telegraaf*, 24 november 2009.
- Eggerickx, T., Bahri A., Perrin, N. (2006). *Internationale migratiebewegingen en allochtone bevolkingsgroepen. Statistische en demografische gegevens*, Initiatief Charles Ullens, Belgisch Interuniversitair Consortium over Immigratie en integratie.
- Eindrapport project 2009/0078 "Allochtone ondernemers aan de Leie". Gusto, Kanaal 127, Mentor, Hefboom, ACSIM.
- EOS (2011). De noden en behoeften van allochtone prestarters en ondernemers in Vlaanderen. Onderzoeksrapport.
- Ernst & Young (2010). Entrepreneurship and Innovation, the path to growth in Latin America.
- European Commission (2013). Ondernemingen en industrie. SBA Factsheet 2013 België. http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/performance-review/files/countries-sheets/2013/belgium_nl.pdf
- Fregetto, E. (2004). Immigrant and ethnic entrepreneurship: a U.S. perspective. In H.P. Welsh (eds.) *Entrepreneurship: the way ahead*, New-York, Routledge, pp.253-68.
- Geldof, D. (2013). Superdiversiteit als onverwerkte realiteit. Een uitdaging voor het sociaal werk. *Alert*, 39, 3, pp.12-24.
- Granovetter, M.S. (1973). The Strength of Weak Ties. *American Journal of Sociology*, Volume 78, Issue 6 (May, 1973), 1360-1380.
- Heling, R., de Pooter, S, Roetink, J.A., van Vliet, G., Zeilmaker, J. (2007). Leren door te doen of doen door te leren? Een onderzoek naar drijfveren, opleidingsachtergronden en ontwikkelingsbehoeften van allochtone ondernemers in verswaren. Wageningen Universiteit.
- Hospers, G.J. (2003). Creative cities in Europe. Urban competitiveness in the knowledge economy. *Intereconomics*, volume 38 (5), pp. 260-269.
- Kumcu, A. (2001). Ondersteuning van allochtone ondernemers in verschillende Europese landen. VON-sessie *Allochtoon ondernemerschap in Vlaanderen*, Gent.
- Lambrecht, H., Verhoeven, H., Martens, A. (2002). Ondernemende allochtonen of allochtone ondernemers? Een kwantitatief en kwalitatief verkennend onderzoek naar allochtone

ondernemers in Vlaanderen, KUL Departement Sociologie afdeling arbeids- en bedrijfssociologie, Leuven.

- Linton, R. (1936). *The Study Of Man*. New York, Appleton Century, 523p.
- Masurel, E., Nijkamp, P., Vindigni, G. (2004). Breeding places for ethnic entrepreneurs: a comparative marketing approach. *Entrepreneurship & Regional Development*, 16, pp. 77-86.
- Nieuwsblad (2009). Eén op twaalf ondernemers is allochtoon. 21 april 2009. <http://www.nieuwsblad.be/Article/Detail.aspx?ArticleID=MP298MAS&PostCode=9000>
- Peeters, M. (1993). *Alledaagse ongelijkheid. Sekse- en klasseverschillen in de hulpverlening*. Garant, 152p.
- Portes, A. (2000). The Two Meanings of Social Capital. *Sociological Forum*, Vol. 15, No. 1, p. 1-12.
- SER (1998). *Etnisch ondernemerschap*. Den Haag : SER, 91 p. SER Adviezen, nr. 1998/14.
- Stad Gent (2005). *Omgevingsanalyse 2003-2005 tewerkstelling*. Stad Gent, Stedelijke Integratiedienst. <http://www4.gent.be/integratiedienst/Algemeen/Omgevingsanalyse/5tewerkstelling.htm>
- Verhaeghe, P-P., Van der Bracht, L., Van de Putte, B. (2013). *Migrant zkt toekomst. Gent op een keerpunt tussen oude en nieuwe migratie*. Antwerpen-Apeldoorn, Garant,145p.
- Verheul, I., Thurik, A.R., Hessels, J., Zwan, P.W. van der (2010). *Factors influencing the entrepreneurial engagement of opportunity and necessity entrepreneurs*. (Research Reports H201011). Zoetermeer: EIM.
- Volery, T. (2007). Ethnic entrepreneurship: a theoretical framework, in Léo-Paul Dana (eds), *Handbook on research on ethnic minority entrepreneurship: a co-evolutionary view on resource management*, UK, Edward Elgar Publishing, pp. 30-41.

6. BIJLAGEN

I. INTERVIEWGIDS

1 Profiel onderneming en ondernemer

Stel jezelf voor - moet zeker voorkomen in antwoord:

- Scholingsgraad
- Leeftijd
- Geboorteplaats, indien in België uit welke streek in Turkije afkomstig
Indien in Turkije geboren, leeftijd naar België gekomen
- Migratiegeschiedenis (kort): wanneer ouders/ grootouders gekomen en waarom
- Ouders ondernemer? (hier of daar)
- Loopbaan en motivatie ondernemerschap: wat heb je hiervoor gedaan? In loondienst: waarom ben je daarmee gestopt? Wat waren uw motieven om te starten als ondernemer?

Stel je onderneming voor - moet zeker voorkomen in antwoord:

- Jaar van oprichting
- Sector en activiteit: waarom voor deze sector gekozen? Hoe heb je de stiel geleerd? Aan wie hulp gevraagd?
- Aantal personeelsleden (+ familieleden)
- Andere bedrijven (in buitenland?)
- Zakenpartner?
- Wie zijn uw klanten?

2 Business plan advice VOOR start up

Hoe ben je ... jaar geleden gestart met je onderneming? Hoe ben je gekomen tot je **idee/plan**?

Wist je waar je terecht kon met je vragen om je zaak te starten?

Heb je dit besproken met anderen? Wie allemaal? (persoonlijk, institutioneel netwerk) Heb je ook bij andere ondernemers je **idee afgetoetst**? (ben je aangemoedigd om door te zetten of werd het idee je afgeraden?)

Waarmee hebben ze je raad kunnen geven? Wie heeft er jou vooral **relevante raad** gegeven? (familieleden, andere ondernemers, organisaties zoals VOKA, UNIZO, Stad Gent, bank, boekhouder)

Welke raad / van wie heb je toen gemist? Mocht je nu opnieuw opstarten, zou je 't op dezelfde manier doen? Met de kennis die je nu hebt, aan wie en waarover zou je raad vragen?

Word je zelf aangesproken door andere ondernemers of starters voor raad?

(Nu, ... jaar later. Aan welke raad had je toen toch meer gehad?)

Had je een **business plan**?

- Indien ja, hoe is dit opgesteld? Op wie heb je beroep kunnen doen? Boekhouder?
- Indien nee, waarom had je geen? (polsen naar nut, gebrek aan voorbeeldfiguren, gebrek aan steun, andere drempels,...) Hoe komt het? Waarom niet?

3 Al dan niet lid van netwerkorganisatie (VOKA, Betiad, Unitee, ...)

Zijn er georganiseerde **ontmoetingen tussen ondernemers** in Gent? Welke? Wie organiseert dat? (Bent u lid van netwerkorganisaties? Vb Voka, Betiad, Unitee, Tümsiad, Fedaxio) Zoja, dewelke? Waarom? Wat haal je uit dat lidmaatschap?

Ga je naar **activiteiten** die ze organiseren? Zoja, dewelke? Waarom?

Ga je naar **netwerkmomenten**? Waarom? Bespreek je op zo'n momenten problemen met andere ondernemers?

4 Sociaal netwerk

Kan je eens vertellen met welke mensen in je omgeving (werknetwerk) je als ondernemer **het meest contact** hebt in je dagdagelijks leven?

Vragen om door te vragen:

Zijn het vooral familieleden of vrienden?

Hoe zijn die familieleden verwant aan jou?

Van welke origine zijn die vrienden?

Welke beroepen/opleidingen?

Zijn er daarvan ook ondernemers? In welke sectoren zitten ze?

Waarover praat je dan: persoonlijke dingen of ook over zaken? Wonen ze in Gent (regio)?

Wie zijn je klanten? Turken, Belgen, andere...

Hoeveel van je familie woont in België, in Europa?

Waarvoor kan je beroep doen op deze omgeving? *Polsen naar:* ondersteuning bij vragen/raad in bepaalde situaties, financiële ondersteuning,...

Zijn er **bepaalde mensen** die bijgedragen hebben tot succes van je onderneming? In welke zin hebben ze je geholpen?

Vragen om door te vragen:

Welke relatie heb je met deze mensen?

Welke soort hulp heb je van hen ontvangen?

Hoe komt het dat zij voor jou een steun waren? (vragen naar de soort hulp)

Doen zij soms ook **beroep op jou** als ondersteuning? Voor welke zaken?

Hoe leer je nieuwe ondernemers kennen? Algemeen, uit uw eigen sector, aanverwante leveranciers van diensten, concurrenten...

5 Boekhouder

Heb je **ervaring met een boekhouder**? Indien ja, van welke **origine**? Wat is het voordeel van een Vlaamse of Turkse boekhouder? Ken je ook andere Turkse boekhouders? Is er een reden waarom je voor een Boekhouder hebt gekozen?

Waarom heb je een boekhouder? Weet je wat een boekhouder voor u allemaal kan doen?

Waarom heb je die bepaalde boekhouder **gekozen**? Hier verder vragen naar origine, aanbeveling (via wie?), hoe lang, reeds andere boekhouders gehad in het verleden? Indien ja, wat was hun profiel? Waarom ben je veranderd van boekhouder?

Ken je **andere boekhouders**?

Waarvoor doe je beroep op een boekhouder? Hier enkele mogelijkheden geven waarvoor beroep kan gedaan worden op een boekhouder

Indien de ondernemer geen boekhouder heeft, **wie doet de boekhouding?** Hier verder vragen naar relatie, opleiding, ervaring van deze persoon

6 Startkapitaal

Om een onderneming te starten, heb je een startkapitaal nodig. Om hoeveel geld dat gaat en andere details over je kapitaal, zal ik geen vragen stellen. Ik hoef niet te weten om hoeveel geld dat gaat, ik ben vooral geïnteresseerd in hoe je een bedrag dat je nodig hebt, bij elkaar krijgt.

Had je **een som** eigen spaargeld? Had je dit verdiend via het werken in loondienst? Heb je hiervoor vastgoed verkocht?

Heb je voor het startkapitaal **beroep kunnen doen op je familie?** Over wie gaat dit (andere ondernemers?)? In welke vorm was dit? Verwachten ze iets terug in ruil voor de lening die ze je gaven (vb werk)? *Familie België of elders (europa, Turkije)*

Heb je eventueel (ook) beroep gedaan op **andere mensen** in je omgeving?

Heb je beroep gedaan op een **financiële instelling?** Waarom heb je die financiële instelling gekozen? Op aanraden van? Via mond op mond reclame? Via persoonlijk contact? Zoja, welk soort lening? (persoonlijk, 2^{de} hypotheek, ondernemerskrediet, ...)

Zijn er ook **Turkse banken?** Waarom ga je daar niet?

Indien niet met bank, waarom niet? (geen businessplan, geen vertrouwen, geen interest willen betalen,) M.a.w. waarom bij familie & vrienden lenen?

Indien **zakenpartner:** inbreng

7 Werknemers in de onderneming

Heb je werknemers in de onderneming?

Indien ja, aantal opgesplitst bedienden/arbeiders. Het gaat hier niet om het aantal werknemers die ingeschreven zijn maar over alle werknemers die in uw onderneming werken. Wij zijn alleen geïnteresseerd in het aantal en waarom je hen in dienst hebt genomen. **Hoe zijn ze geselecteerd?** (formele kanalen/informele kanalen, netwerk dat wordt ingeschakeld, origine,...)

Indien neen: Stel dat je onderneming verder uitbreidt. Zou je beroep willen doen op werknemers? Voor welke functies? Hoe zou je de geschikte personen zoeken, via **welke kanalen** (persoonlijk en institutioneel bevragen)

Hoe belangrijk is het voor jou om met **Turkssprekende werknemers** te werken, waarom? (Wat zijn voordelen en nadelen van Turkse werknemers?) Waarom geen Vlaamse werknemers? (Bulgaren?)

Heb je ervaring met **Vlaamse medewerkers?**

Wat zijn voordelen en nadelen van het inschakelen van **familie en kennissen?**

Historiek bevragen (vb door 'slechte' ervaring met familie, nu Vlaamse medewerkers of Turkse niet-familieleden) van aanwervingstrategie. Wie – waarom – welke origine?

Zijn er **anderen waarmee je tijdelijk samenwerkt?** (partners, vennoten, zelfstandigen, onderaannemers,...)

Starterssubsidie?

8 Terugblik eigen loopbaan als ondernemer

Als je nu eens terugkijkt naar de periode tussen de start van je onderneming en nu, ben je **tevreden van 'het resultaat'**?

Vind je dat je **goed bezig** bent als ondernemer? Waaraan merk je dat?

Ondernemers hebben het niet altijd gemakkelijk. **Hoe kom jij tot dit succes?**

Denk je dat je **Turkse achtergrond** iets te maken heeft met het succes dat je bereikt hebt?

Ik zou je iets willen vragen over de invloed van je Turkse achtergrond op je ondernemerschap. Is je **parcours tot op vandaag anders gelopen dan een Vlaamse ondernemer**? Wat is anders gelopen volgens jou? Wat zijn de zaken die eenieder ondernemer ervaart, Vlaming of allochtoon? Welke uitdagingen ga je tegemoet als allochtoon?

II. OVERZICHT RESPONDENTEN: ETNISCH TURKSE BOUWONDERNEMERS

	OPRICHTINGS JAAR	VENNOTEN + WERKNEMERS	ACTIVITEITEN	RESPONDENT MAN/VROUW 1 ^{STE} /2 ^{DE} GEN	INTERVIEW NL/ TURKS
1	2012 (overgenomen)	1	Afbraakwerken	Man 2 ^{de}	NI
2	2007	22	Algemene bouwwerken	Man 2 ^{de}	NI
3	2009 (overgenomen)	8	Algemene bouwwerken	Man 2 ^{de}	NI
4	2002	6	Groothandel bouwmateriaal	Man 1 ^{ste} (op 16j)	Turks
5	2004	8	Algemene bouwwerken	Man / vrouw 2 ^{de} /2 ^{de}	NI
6	2009	3	Verkoop en plaatsing tegels	Vrouw 2 ^{de}	NI
7	2009	3	Verkoop en plaatsing keukens	Man 1 ^{ste} (op 19j)	NI
8	2008	5	Grondwerken Algemene bouwwerken	Man/ vrouw 1 ^{ste} (op 21j)/ 2 ^{de}	Turks/ NI
9	2011	4	Algemene bouwwerken	Man 1 ^{ste} (op 23j)	Turks
10	2012 (overgenomen)	15	Algemene bouwwerken	Man 2 ^{de}	NI
11	2005	32	Aanleg straten en opritten	Vrouw 2 ^{de}	NI
12	2007	3	Algemene bouwwerken	Man 1 ^{ste} (op +/- 20j)	Turks
13	2008	6	Algemene bouwwerken	Man 2 ^{de}	NI
14	Expert	Anoniem	Anoniem	Man 2 ^{de}	NI

III. OVERZICHT RESPONDENTEN STUDENTENONDERZOEKEN

Etnisch Turkse horeca-uitbaters

	ACTIVITEIT	OPGERICHT	AANTAL WERKNEMERS	GENERATIE
1	Restaurant	2009	6	2
2	Restaurant	2008	2 à 3	2
3	Restaurant	2009	3	2
4	Restaurant	1991	6	2
5	Pittazaak	1991	0	1
6	Pittazaak	1995	2	2
7	Restaurant	2011	8	2
8	Restaurant	2006	6 à 7	2
9	Bakkerij	2003	4	2
10	Café	2013	0	2
11	Pittazaak	1996	1	2
12	Pittazaak	2001	2	2
13	Snackbar, frituur	2012	0	1
14	Pittazaak	2009	0	2
15	Bakkerij	2012	1	1

Etnisch Vlaamse Bouwondernemers

	ACTIVITEIT	OPGERICHT	AANTAL WERKNEMERS
1	Algemene bouwwerken	2010	2
2	Aannemer, algemene verbouwingswerken	2010	+/- 10
3	Interieurbouw	2011	0
4	Algemene bouwwerken, hyproc en isolatie	2004	0
5	Saneringswerken (voor EANDIS)	2011	15
6	Ruwbouw, verbouwingswerken	2009	0
7	Nieuwbouw en verbouwingswerken	2013	0
8	Elektriciteit	2009	0
9	Dakwerken	2011	4
10	Schrijnwerken, schilder- en gyprocwerken	2008	0
11	Speciale kunstwerken, speciale bouwwerken met veel techniek en elektronica	2008	0
12	Chauffage en sanitair	2006	0
13	Schrijnwerken	1998	0
14	Stukadoor	2012	1
15	Schrijnwerken	2009	2