



## UvA-DARE (Digital Academic Repository)

### Etnisch ondernemerschap: blijf kijken

Schutjens, V.A.J.M.

**Publication date**

2014

**Document Version**

Final published version

[Link to publication](#)

**Citation for published version (APA):**

Schutjens, V. A. J. M. (2014). *Etnisch ondernemerschap: blijf kijken*. (Oratiereeks; No. 499). Vossiuspers UvA.

**General rights**

It is not permitted to download or to forward/distribute the text or part of it without the consent of the author(s) and/or copyright holder(s), other than for strictly personal, individual use, unless the work is under an open content license (like Creative Commons).

**Disclaimer/Complaints regulations**

If you believe that digital publication of certain material infringes any of your rights or (privacy) interests, please let the Library know, stating your reasons. In case of a legitimate complaint, the Library will make the material inaccessible and/or remove it from the website. Please Ask the Library: <https://uba.uva.nl/en/contact>, or a letter to: Library of the University of Amsterdam, Secretariat, Singel 425, 1012 WP Amsterdam, The Netherlands. You will be contacted as soon as possible.

Etnisch ondernemerschap: blijf kijken



# Etnisch ondernemerschap: blijf kijken

*Rede*

uitgesproken bij de aanvaarding van het ambt van  
bijzonder hoogleraar Etnisch Ondernemerschap  
aan de Faculteit der Maatschappij- en Gedragwetenschappen  
van de Universiteit van Amsterdam  
op vrijdag 25 oktober 2013

door

Veronique Anne Joséphine Marie Schutjens

 VOSSIUSPERS UVA

Vossiuspers UvA is een imprint van Amsterdam University Press.  
Deze uitgave is tot stand gekomen onder auspiciën van de Universiteit van Amsterdam.

Dit is oratie 499, verschenen in de oratiereeks van de Universiteit van Amsterdam.

Omslag: Crasborn BNO, Valkenburg a/d Geul  
Opmaak: JAPES, Amsterdam

ISBN 978 90 5629 747 3  
e-ISBN 978 90 4852 690 1 (pdf)

© Veronique Schutjens, Amsterdam 2014

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Voorzover het maken van kopieën uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikel 16B Auteurswet 1912 j° het Besluit van 20 juni 1974, St.b. 351, zoals gewijzigd bij het Besluit van 23 augustus 1985, St.b. 471 en artikel 17 Auteurswet 1912, dient men de daarvoor wettelijk verschuldigde vergoedingen te voldoen aan de Stichting Reprorecht (Postbus 882, 1180 AW Amstelveen). Voor het overnemen van gedeelte(n) uit deze uitgave in bloemlezingen, readers en andere compilatiewerken (artikel 16 Auteurswet 1912) dient men zich tot de uitgever te wenden.

*Mevrouw de Rector Magnificus,  
Mijnheer de decaan,  
Leden van het Curatorium van de Leerstoel Etnisch Ondernemerschap,  
Bestuursleden van Stichting VNO-NCW Leerstoel Etnisch ondernemerschap,  
Geachte aanwezigen: familie, vrienden, collega's en andere belangstellenden,*

## **1. Inleiding: van inspiratie en enthousiasme**

In het voorjaar van 1994, bijna twintig jaar geleden, loodste professor Egbert Wever mij binnen in de wereld van het ondernemerschap. Zijn onderzoek, samen met Peter Vaessen, naar de overleving van bedrijven – gestart in 1970, 1975 en 1980 – was toe aan een update. Na het uitgraven van bijna drieduizend stoffige dossiers uit kelders van Kamers van Koophandel bleek dat na de eerste dertien levensjaren veel van deze bedrijven niet meer terug te vinden waren: ze waren verhuisd, gewoon gestopt of echt failliet gegaan. Vooral bedrijven 'geboren' in 1970 of 1980 hadden het moeilijk: zij kregen net na hun oprichting de crisis van 1973 en 1983 voor hun kiezen... Er waren ook andere verschillen tussen de drie onderzoeksregio's: zo deden Amsterdamse starters het slechter dan Veendamse en Twentse (Schutjens & Wever 1995).

Deze regionale verschillen waren een kolfje naar de hand van economisch geografen, maar er bleven vragen. Was Amsterdam echt een slechte regio voor startende bedrijven? Of woonde daar gewoon een ander type mensen en dus ondernemers, met slecht doordachte bedrijfsplannen of minder ervaring? Of was de bedrijfsstructuur in Amsterdam anders, met minder familiebedrijven en meer kleine bedrijven, plus meer concurrentie? Of – positiever – hadden Amsterdamse ondernemers betere arbeidsmogelijkheden, bijvoorbeeld meer kansen op een goede baan, waardoor ze hun bedrijf aan de wilgen konden hangen?

We hadden geen antwoord op deze vragen. Dit soort informatie was natuurlijk niet te vinden in Kamer van Koophandel-dossiers, en we realiseerden ons dat we terug moesten naar de ondernemers zelf en hen moesten volgen in de tijd, om precies te weten te komen wat er achter die regionale verschillen zat.

Vervolgens stelden we een panel samen van net gestarte ondernemers: het Jonge Bedrijven Panel. Vijf jaar lang hebben we in deze panelstudie 313 ondernemers gevolgd die in 1995 een bedrijf hadden opgericht. Jaarlijkse legden we telefonische enquêtes af met een batterij aan interviewers. Ook ik moest eraan geloven, hoewel ik een vreselijke hekel heb aan zomaar mensen bellen. Maar mijn sterkste herinnering is dat ik toch altijd de hoorn neerlegde met zo'n warm, rood, kloppend oor. Want wat willen ondernemers graag praten over hun bedrijf, over hun 'kindje', zelfs als ze met hun bedrijf zijn gestopt! Gesprekken van anderhalf uur waren geen uitzondering. Soms vroegen ondernemers aan het eind van het interview: 'Wanneer belt u weer terug?' We kregen zelfs verhuis- en kerstkaarten toegestuurd.

In deze periode is mijn interesse, mijn passie, voor het ondernemerschap geboren, en dan vooral voor de dynamische eerste fase van de bedrijfslevensloop. Die levensloop ging niet altijd over rozen, wat we probeerden te vangen in de titels van de jaarlijkse samenvattingen: 'Het wel en wee in 1996', 'Voor- en tegenspoed in 1997', 'Het reilen en zeilen in 1998'.

Deze passie voor ondernemerschap kan ik goed gebruiken voor de leerstoel Etnisch Ondernemerschap, die mij de mogelijkheid biedt om dat idee van die dynamische levensloop los te laten op een specifieke groep ondernemers in Nederland: Turken, Marokkanen, Chinezen, Polen, Duitsers en Thai. Ze zijn zichtbaar in de straten, met hun winkels vol uitgestalde groenten, maar ook in de commerciële dienstverlening, zoals Marokkaanse kappers. Soms echter zijn ze ook onzichtbaar. Achter veel voordeuren bevinden zich bijvoorbeeld professionele fotografen, consultants en vertaalbureau's. En in de aula van de Universiteit van Amsterdam wordt de media verzorgd door een zelfstandige evenementenadviseur van Bosnische herkomst. Het gaat steeds om ondernemers die met hun (soms nieuwe) producten en diensten de Nederlandse markt bedienen, en in toenemende mate markten creëren, ontdekken en veroveren – ook op autochtone ondernemers.

In de jaren 2000 is in Nederland het idee ontstaan dat allochtoon ondernemerschap gestimuleerd moest worden, vanwege de achterblijvende prestaties van bedrijven van ondernemers met een allochtone herkomst. In de levensloop van hun bedrijven zouden de dalen dieper zijn dan in die van autochtone ondernemers, de arbeidsmarktalternatieven minder rooskleurig, hun financieel en menselijk kapitaal kleiner of minder toegesneden op de Nederlandse economie. Hoewel zich hierover inmiddels vele wetenschappers hebben gebogen, blijft onduidelijk wat die verschillen tussen allochtone en autochtone ondernemers nou precies zijn en waardoor ze dan worden ver-

klaard. Dit gebrek aan inzicht in de verschillen en de verklaringen komt door het relatief jonge vakgebied dat zich ook nog eens op het snijvlak van verschillende disciplines bevindt. Daarover straks meer.

In deze rede, en de komende jaren op deze leerstoel, wil ik meer duidelijkheid geven over etnisch ondernemerschap. Eerst zal ik het beeld dat tegenwoordig bestaat van etnisch ondernemerschap nuanceren. Daarna zal ik u meenemen naar nieuwe onderzoeksrichtingen. Ik presenteer daarbij een schema van factoren die het succes van jonge etnische bedrijven door de tijd heen kunnen verklaren. Dat schema licht ik ten slotte toe aan de hand van drie concrete onderzoeksprojecten.

## 2. Klopt ons beeld van etnisch ondernemerschap?

Eerst maar eens de term ‘etnisch ondernemerschap’. Daaronder worden vele verschillende dingen verstaan. Volgens Bovenkerk et al. (1983) zijn etnisch ondernemers mensen die in hun bedrijf een specifiek etnisch specialisme laten doorklinken via een exclusief etnisch product. Toch wordt deze smalle definitie vaak opgerekt. Zo wordt er ook gesproken van allochtone, migranten- of immigrantenondernemers, en zelfs van ‘nieuwe’ ondernemers, zoals in het Actieplan ‘Nieuw Ondernemerschap’ (Ministerie van EZ et al. 2005).

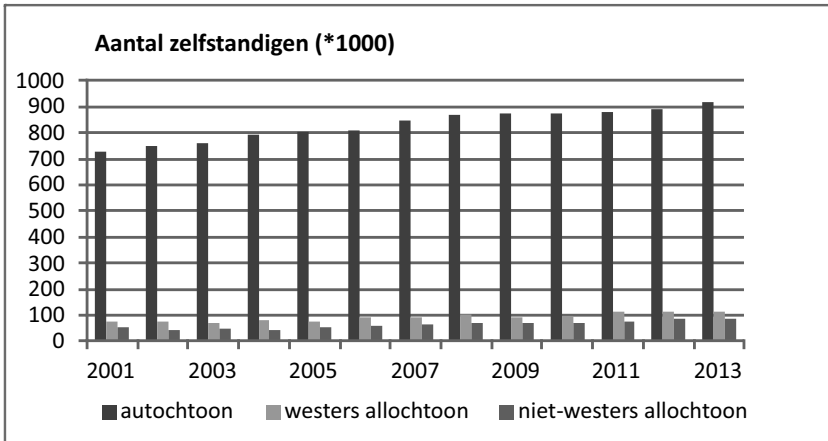
In deze leerstoel hanteer ik een brede definitie, waarin niet de culturele of etnische aard van het product of de dienst het selectie criterium is, noch het behoren tot een nieuwe groep van ondernemers, maar simpelweg nationaliteit. Etnische ondernemers zijn dan ondernemers van allochtone herkomst, en ik gebruik hierbij de definitie van het Centraal Bureau voor de Statistiek: allochtone ondernemers hebben minimaal één ouder die buiten Nederland is geboren. Als ze ook zelf buiten Nederland zijn geboren, kunnen ze benoemd worden als eerste generatie allochtoon, anders als tweede generatie. Westerse allochtonen komen uit Europa, Australië, Noord-Amerika, Japan en Indonesië. Niet-westerse allochtonen uit andere landen: Azië, Afrika, Latijns-Amerika, Turkije.

Nederland telde eind juli 2013 ongeveer 1.117.000 zelfstandige ondernemers, van wie 915.000 autochtoon (CBS Statline). Dat is 82% van het totaal aantal ondernemers. Van de overige 18% is meer dan de helft westers allochtoon; van het totaal is dat ruim 10%. Bijna 8% van alle ondernemers in Nederland heeft een niet-westerse allochtone herkomst. Het aantal ondernemers, zowel autochtone ondernemers, als westers allochtone en niet-westers allochtone ondernemers, is de laatste dertien jaar sterk gestegen. In de figuur op pagina



8 is dat te zien aan de zwarte balken voor autochtone ondernemers, de lichtgrijze voor westerse en de donkergrijze voor niet-westerse ondernemers; alle balken worden langer na verloop van tijd (figuur 1). Het aantal autochtone ondernemers is in de laatste dertien jaar toegenomen met 26% (van 729.000 tot 915.000), het aantal westerse allochtone ondernemers met 50% (tot 114.000), en het aantal niet-westerse allochtone ondernemers met 71% (tot 87.000).

Figuur 1. Aantal zelfstandigen naar herkomst (\*1000)



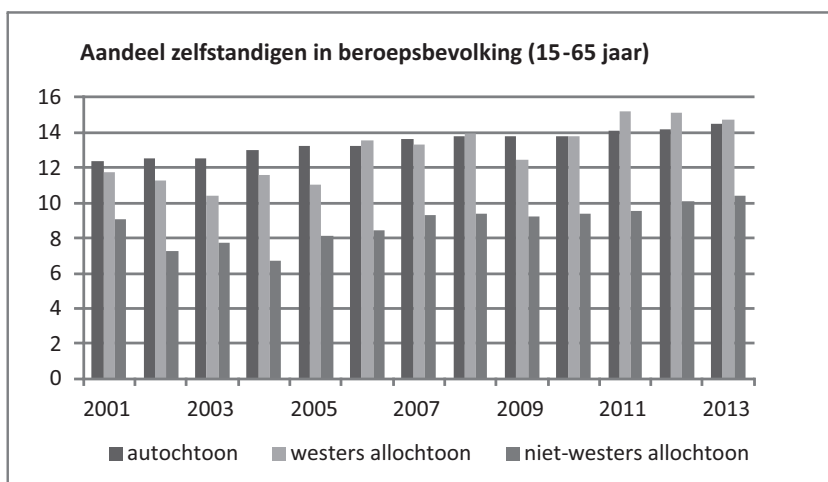
Bron: CBS Statline, geraadpleegd oktober 2013

Volgens velen neemt in Nederland het aandeel ondernemers onder allochtonen toe en zijn deze ondernemers ook steeds succesvoller. Het EIM maakt melding van ‘een groeiende etniciteit in het ondernemerschap’ (2011, p. 47). Het SCP meldt dat ook de levenskansen van allochtone bedrijven zich gunstig ontwikkelen (Dagevos 2009). In zijn oratie vertelde mijn voorganger, Ewald Engelen, dat er ‘een heuse kwaliteitssprong’ is gemaakt (2010, p. 15). De economische activiteiten van allochtone ondernemers zouden steeds vaker professioneel, winstgevend en met veel toegevoegde waarde zijn. Toch is de empirische basis voor deze uitspraken niet sterk. Ik wil deze drie blijvende beelden over etnisch ondernemerschap nuanceren.

## 2.1 Beeld 1: Steeds meer etnische ondernemers

Er zijn steeds meer etnische ondernemers, dat klopt, maar ook steeds meer autochtone ondernemers. Dat het aantal ondernemers stijgt, in verschillende bevolkingsgroepen, kan ook komen doordat de beroepsbevolking in deze groepen toeneemt. Met meer mensen zal het aantal ondernemers automatisch ook stijgen. Daarom moeten we niet kijken naar het aantal, maar naar het aandeel zelfstandigen in de beroepsbevolking van 15 tot 65 jaar, de zogenaamde 'ondernemersquote' (figuur 2).

Figuur 2. Aandeel zelfstandigen in beroepsbevolking (15-65 jaar), naar herkomst



Bron: CBS Statline, geraadpleegd oktober 2013

Gemiddeld steeg tussen 2001 en 2013 het aandeel ondernemers in de beroepsbevolking, oftewel de ondernemersquote voor autochtone ondernemers, van ruim 12% naar ruim 14% (de zwarte balken). Inmiddels is een op de zeven autochtonen zelfstandig ondernemer. Dit ligt nog iets hoger voor westerse etnische groepen, nl. van 11,7 naar 14,7% – hier aangegeven in lichtgrijs, sterk schommelend over de jaren vanwege de jaarlijkse veranderingen in de beroepsbevolking. Maar de ondernemersquote onder niet-westerse allochtonen is fors lager; zie de donkergrijze balken. Het gaat om een stijging van 9,1% naar 10,4%. Er is wel sprake van een toename, maar die kent grote fluctuaties.

Kortom, het valt eigenlijk wel mee met die toename van het aandeel etnische ondernemers. Niet-westerse allochtonen kiezen minder vaak voor on-

dernemerschap dan autochtonen of westerse allochtonen (Bleeker et al. 2011). De groei van het aandeel etnische ondernemers is helemaal nog niet zo spectaculair.

*2.2 Beeld 2: Etnische ondernemers kiezen in toenemende mate voor andere typen activiteiten*

Om te kunnen onderzoeken of etnische ondernemers voor andere sectoren kiezen dan eerdere generaties, moeten we onze toevlucht nemen tot wat oudere gegevens, uit 2007 (Bleeker et al. 2011).

**Tabel 1. Economische activiteiten van ondernemers (%) naar herkomst en generatie, 2007**

	Autochtone ondernemers	Allochtone ondernemers	Westerse allochtone ondernemers		Niet-westerse allochtone ondernemers	
			1e generatie	2e generatie	1e generatie	2e generatie
Bouw	11	9	13	8	7	9
Detailhandel/repairatie	19	19	16	17	24	20
Horeca	4	12	7	4	25	10
Logistiek/communicatie	4	4	3	3	6	8
Financiële diensten	7	4	3	6	2	3
Zakelijke diensten	22	23	26	29	16	25
<i>Toename zakelijke diensten 2000-2007 in %-punten</i>	5	2	1	5	2	2
Andere sectoren	35	28	32	31	21	26
Totaal	100	100	100	100	100	100

Bron: Bleeker et al., 2011, p. 56 en 57

Tabel 1 toont het aandeel ondernemers per sector, voor autochtonen en allochtonen. Relatief veel allochtone ondernemers kiezen voor een bedrijf in de horeca. Van de 100% allochtone ondernemers heeft 12% een horecabedrijf (tegenover 4% van de autochtonen). Dat is niet bepaald een groeisector. Juist bij niet-westerse allochtonen is de horeca sterk vertegenwoordigd. En een groeisector dan? Zoals verwacht neemt over de hele linie de zakelijke dienstverlening wel toe, ook bij de tweede generatie niet-westerse allochtone ondernemers, maar een forse toename in deze sector, van 5%, is helaas alleen bij de westerse allochtone ondernemers te zien.

Dat het met die veranderde sectorkeuze wel meevalt, wordt nog duidelijker als we de keuze van starters bekijken – dat zijn mensen die in 2007 de stap naar ondernemerschap hebben gezet. In de eerste twee kolommen van tabel 2 zien we de sectorverdeling bij alle ondernemers, in de kolommen daarnaast staan nu de starters apart. Nu zien we dat veel nieuwe allochtone ondernemers een bedrijf starten in stagnerende sectoren en juist *niet* voor de zakelijke dienstverlening kiezen. Bij hen zijn de bouw en de handel/reparatie veruit favoriet, en dit zijn nou juist sectoren met grote en groeiende problemen... Kortom: etnische ondernemers blijven trouw aan ‘oude’, bekende, traditionele sectoren met weinig groeiperspectief.

**Tabel 2. Economische activiteiten van startende ondernemers (%) naar herkomst, 2007**

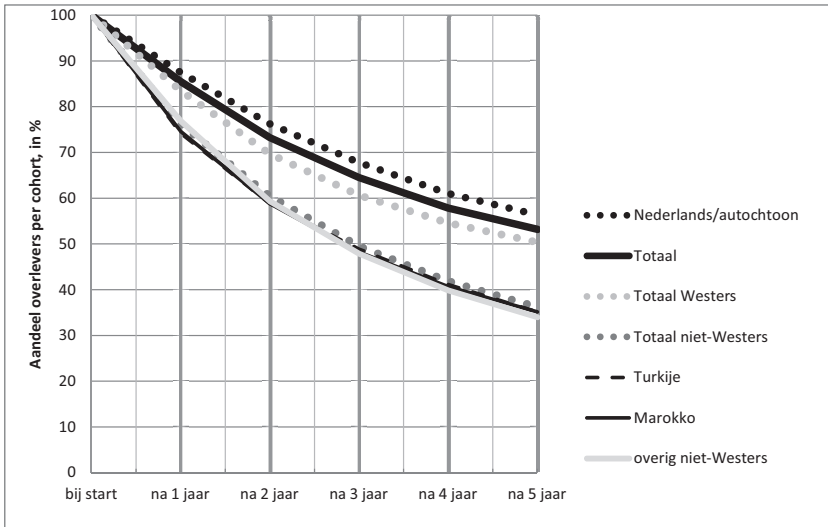
	<i>Autochtone ondernemers</i> TOTAAL	<i>Allochtone ondernemers</i> TOTAAL	<i>Autochtone ondernemers</i> STARTERS	<i>Allochtone ondernemers</i> STARTERS
Bouw	11	9	16	25
Detailhandel/reparatie	19	19	18	21
Horeca	4	12	3	5
Logistiek/communicatie	4	4	3	4
Financiële diensten	7	4	1	0
Zakelijke diensten	22	23	25	12
Andere sectoren	35	28	34	33
Totaal	100	100	100	100

Bron: Bleeker et al., 2011, p. 56, 68

### 2.3 Beeld 3: Etnische ondernemers zijn succesvol

Als we kijken naar succes, zoals overlevings- en winstkansen van bedrijven, dan is het beeld niet rooskleurig (figuur 3). Eerst het aandeel overlevers van een groep nieuwe bedrijven na één jaar. Terwijl gemiddeld 88% van de autochtone ondernemers de eerste bedrijfsverjaardag viert, ligt dit bij allochtone ondernemers rond de 81% (Dagevos 2009). Na dit eerste jaar wordt het nog moeilijker. Kennelijk zijn de buffers dan op, want het verschil in het aandeel overlevers na drie jaar is veel groter: 68% voor autochtone ondernemers, 61% voor westerse allochtone ondernemers en slechts 50% voor niet-westerse allochtone ondernemers. Dus er zijn dan nog twee van de drie autochtone starters over, maar slechts de helft van de allochtone starters. Na vijf jaar is het verschil nog veel groter, zoals figuur 3 laat zien.

**Figuur 3. Aandeel overlevende bedrijven in de eerste vijf levensjaren, naar herkomst (in %)**



Bron: Dagevos 2009, Van den Tillaart 2009

Met de gemiddelde bedrijfswinst was het ook slecht gesteld. In de bouw, handel, horeca en het vervoer lag in 2007 de gemiddelde winst van allochtone ondernemers een kwart lager dan die van hun autochtone collega's in precies dezelfde sectoren, en deze achterstand is ten opzichte van 2000 toegenomen en niet afgenomen (De Vries et al. 2009).

Kortom, allochtone ondernemers, vooral de niet-westerse, zijn gemiddeld minder succesvol dan autochtone ondernemers. Er zijn grote verschillen tussen groepen ondernemers, en er is nog geen bewijs dat deze verschillen de laatste jaren zijn afgenomen.

### 3. Nieuwe richtingen in empirisch onderzoek: de vier V's

Het is echter zeker niet alleen maar kommer en kwel. Er is sprake van een *superdiversity* in allochtoon ondernemerschap: de verschillen tussen groepen (westers, niet-westers, Chinezen, Polen, Irakezen) zijn gigantisch. En er zijn de succesverhalen; vele allochtone ondernemers gaan trots met hun bedrijf op

de foto. Kommer en kwel? Welnee. Er is succes en ook veel potentie. Zoals Engelen (2010) al beweerde: de relatief grote groep tweede generatie allochtonen moet nog op de leeftijd komen waarop ondernemerschap een reële optie is (EIM 2011). Maar uit de nuancering van drie vigerende beelden over etnisch ondernemerschap blijkt wel dat de variatie groot is. Goed zicht op etnisch ondernemerschap en succesvol etnisch ondernemerschap is er nog niet.

Het doel van deze leerstoel is daarom: meer inzicht vergaren in ondernemerschap – en in het bijzonder in succesvol ondernemerschap – onder allochtonen, en op grond daarvan aanbevelingen doen voor beleid en onderzoek. Tot nu toe wordt in veel studies het aandeel ondernemers of het succes van ondernemers uit een bepaalde bevolkingsgroep uitgelicht, slechts sporadisch dat uit twee of meer bevolkingsgroepen. Ook worden de verschillende contexten, zoals buurten, wijken of steden, niet altijd met elkaar vergeleken. En slechts zelden wordt er op twee of meer momenten gemeten. Ik ben ervan overtuigd dat voor het verkrijgen van een genuanceerder en beter beeld van succesvol ondernemerschap onder allochtonen nieuwe richtingen bij empirisch onderzoek moeten worden ingeslagen. Ik noem ze de vier V's: van verbreding, verankering, verandering en verschuiving.

### *3.1 De eerste V: die van Verbreding*

Een leerstoel Etnisch Ondernemerschap nodigt uit tot het doen van onderzoek naar de specifieke, misschien wel unieke situatie van ondernemende allochtonen. De vele studies naar een enkele groep allochtone ondernemers, de Chinese restaurants, de Turkse belwinkels, Surinaamse cateraars, en zelfs de studies waarin twee etnische groepen naast elkaar worden gezet, ontberen vaak een contrastgroep. Zo onderzoeken Sanders & Nee (1996) alleen de rol van de familie voor ondernemers in zeven verschillende etnische groepen – en niet bij de Amerikaanse (blanke) meerderheid, waar die rol van de familie misschien wel net zo belangrijk is. En zo kiezen Katila & Wahlbeck (2012) alleen Chinese en Turkse restaurants in Finland, niet de Finse.

Zonder vergelijking blijft het gissen. Zonder contrastgroep is er geen bewijs dat specifieke patronen van ondernemerschap, en de specifieke verklaringen daarvoor, niet ook gelden voor hele andere groepen – en voor de grootste groep: die van autochtone ondernemers (Ram et al. 2000). Zoals Zimmer & Aldrich het zo mooi verwoordden: ‘... *the comparative study of immigrant and native groups shifts the focus from group differences to group similarities...*’ (1987, p. 422).

Kortom: onderzoek naar etnisch ondernemerschap moet breder, van een focus op een smalle groep, naar een breed overzicht, zodat verschillen én overeenkomsten aan het licht komen. En alleen als na analyse van zowel deze smalle groep als een contrastgroep, fundamentele verschillen blijken te bestaan in ondernemerschap, kunnen we terug naar het unieke. Om het op het spits te drijven: alleen dan heeft een leerstoel Etnisch Ondernemerschap bestaansrecht.

### *3.2 De tweede V: die van Verankering*

Ondernemers en bedrijven zijn onlosmakelijk verbonden met hun sociale, economische en fysieke context. Ondernemers hebben steun nodig, financiële middelen, advies, klanten, toeleveranciers, fysieke ruimte. Patronen van succesvol ondernemerschap kunnen daardoor sterk verschillen tussen landen, regio's, steden en wijken. Soms komt dat door de specifieke samenstelling van bevolking of bedrijven in buurten, wijken of steden, het zogenaamde 'compositie-effect', maar vaak hebben ruimtelijke contexten een eigen verklarende kracht. Niels Bosma, Erik Stam en ik vonden bijvoorbeeld dat, ongeacht het type bewoners en hun individuele kenmerken, in regio's met veel economische groei en volgens bewoners veel net gestarte bedrijven, meer groeigerichte ondernemers voorkomen dan in andere (Bosma et al. 2013). Een regionaal effect, een regionaal anker.

Om zicht op verankering te krijgen en het effect daarvan op ondernemers en ondernemerssucces, moeten verschillende contexten worden onderzocht. Context A moet dan tegenover context B en context C worden gezet. Daarmee komt diepte in de analyse: verankering.

### *3.3 De derde V: die van Verandering*

Ondernemerschap wordt te vaak gepresenteerd als een momentopname, een foto-opname in de tijd. Succesvol ondernemerschap bijvoorbeeld afmeten aan het aantal ondernemers per 1000 inwoners, de ondernemersquote, is daarvan het beste en tegelijkertijd meest absurde voorbeeld, want zich inschrijven bij de Kamer van Koophandel kan iedereen.

Veel interessanter dan deze momentopname is het voortraject. Wat hebben aspirant-ondernemers eigenlijk gedaan om te starten? Wie van hen hebben zelfs de start niet gered? Sommigen lopen vast in deze vroege fase waar het gaat om het omzetten van dromen in daden.

De derde V staat voor verandering, voor het terugkijken naar het voortraject, want 'history matters'. Maar het gaat ook om vooruitkijken, juist bij suc-

cesvol ondernemerschap, om de ondernemers die het redden, die groeien, die zich richten op innovatieve producten en processen, omdat dit voor banengroei en economische groei essentieel is. Blijf vooruitkijken, niet alleen naar het volgende jaar, maar naar vijf jaar of nog langer.

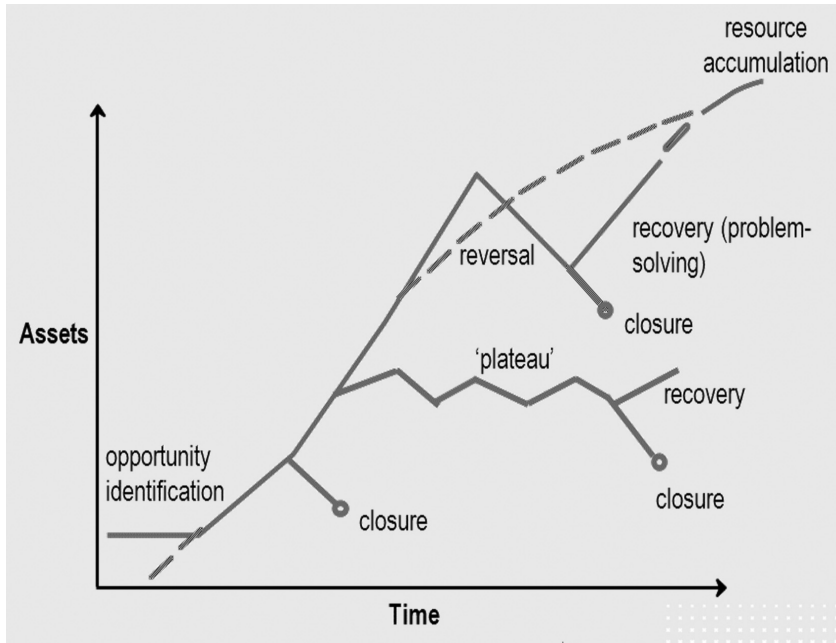
Met het erkennen van verschillende fasen in de bedrijfslevensloop zijn we er nog niet. Voor echt begrip van de oorzaken van succesvol ondernemerschap zouden, net zoals in het Jonge Bedrijven Panel, nieuwe of zelfs aspirant-ondernemers jarenlang moeten worden gevolgd. Dat kost tijd, geld, energie en – ja – warme rode oren. Soms lukt dat. Een voorbeeld is de Panel Study on Entrepreneurial Dynamics in de VS, die door het volgen van bijna achthonderd aspirant-ondernemers over 15 jaar nu al een prachtige bron is van longitudinaal onderzoek (PSED website). In panelonderzoeken tot nu toe zijn etnisch ondernemers wel vertegenwoordigd, maar vaak is hun aantal te gering om zich te lenen voor een grondige analyse. Veelbelovend is echter de studie van Katja Rusinovic en haar collega's bij de UvA en de Universiteit Leiden (zie ook Rusinovic 2006). Zij hebben deze zomer opnieuw de etnische ondernemers benaderd die zij in 2000 en 2005 al een keer hebben onderzocht. Hun bevindingen worden met spanning afgewacht.

Ik ben natuurlijk niet de eerste wetenschapper die bedrijfsontwikkeling door de tijd heen centraal stelt. Elisabeth Garnsey van het Institute for Manufacturing van de University of Cambridge is een van mijn belangrijkste inspiratiebronnen. Ze heeft onderzoek gedaan naar groei en ontwikkeling in de kwetsbare eerste levensjaren van een cohort nieuwe bedrijven (zie figuur 4).

Sommige bedrijven hebben een klassiek economisch groeipad (gestaag omhoog), andere bedrijven juist niet. Of ze kennen een stabiele groeifase (plateaufase), waarna ze alsnog stoppen of juist weer doorgroeien. Garnsey neemt in haar werk afstand van het simpele model van gestage groei: ze heeft juist oog voor andere bedrijfslevenspaden. Daarvoor gebruikt ze de *resource-based view*, oorspronkelijk afkomstig uit de Strategic Management-literatuur, met Edith Penrose's werk (1959) als ruggengraat. Garnsey benadrukt daarom de verschillende hulpbronnen in fasen van de vroege bedrijfslevensloop. Deze hulpbronnen, zoals financieel kapitaal, worden na verloop van tijd ook gegeneerd door ondernemers zelf. Garnseys groeiprocesbenadering benadrukt de aanbodkant van ondernemerschap: de hulpbronnen en wat ondernemers vervolgens met die hulpbronnen doen. Dat is de ondernemersstrategie, waarvan in figuur 4 'problem-solving', het oplossen van problemen, terugkomt. Tijd of levensloop speelt een belangrijke rol in haar onderzoek.



Figuur 4. Mogelijke groeipaden van een cohort nieuwe bedrijven



Bron: gebaseerd op Garnsey 1998, p. 530

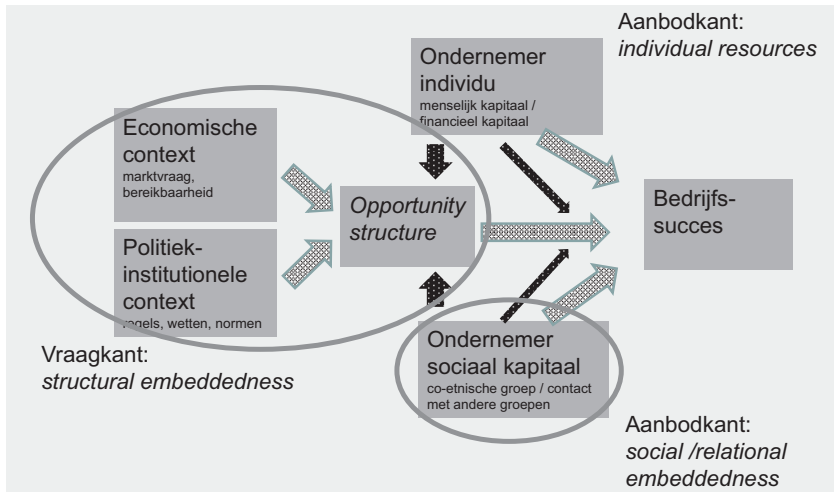
### 3.4. De vierde V: die van Verschuiving

We komen aan bij de verschuivende verklaringen van succesvol ondernemerschap. Zoals ik aan het begin al zei: verklaringen van bedrijfssucces vallen in drie groepen uiteen die sterk gekleurd zijn door wetenschappelijke disciplines zoals de economie, psychologie, sociologie en economische geografie. De eerste set omvat verklaringen die samenhangen met persoonlijkheid en persoonskenmerken van de ondernemer: risicogeneïdheid, financiële buffers, ervaring, kennis, startkapitaal. Het zijn onderwerpen voor de psychologie en micro-economie. De tweede set betreft kenmerken van het nieuwe bedrijf, zoals de sector of de omvang van het bedrijf: de economische discipline. En de derde set heeft betrekking op kenmerken van de omgeving – niet alleen de fysieke omgeving, waar economisch geografen naar kijken, maar ook de sociale omgeving. En dat laatste is weer het domein van de sociologen. Echter: zoals zo vaak ligt de waarheid in het midden, nl. in een samenspel van ondernemer, bedrijf en omgeving.

Deze drie groepen van verklaringen gelden voor het succes van alle bedrijven, niet alleen voor etnische bedrijven. Toch moet voor het zoeken naar het ‘pure’ effect van etniciteit op bedrijfsontwikkeling gecontroleerd worden voor (lieft alle) andere verklarende factoren. Bijvoorbeeld: het relatief lage overlevingspercentage van bedrijven van allochtone ondernemers kan ook liggen aan het feit dan deze ondernemers starten met relatief weinig ervaring in de branche. Of het kan een gevolg zijn van de keuze voor bijvoorbeeld minder winstgevende of meer concurrentiegevoelige sectoren of locaties met een kleinere markt of marktgroei. En in dat geval ligt het niet aan de ondernemers zelf, maar aan de gekozen sector of de (markt)context.

Wat zijn nu unieke verklaringen van etnisch ondernemerschap en de levensloop van etnische bedrijven? Dit is specifiek neergelegd in het zogenaamde *mixed embeddedness framework*. Dit raamwerk toelichten gaat het gemakkelijkst als we met het eindpunt beginnen – bedrijfssucces – en van daaruit terugwerken naar de verklaringen (figuur 5).

Figuur 5. Het *mixed embeddedness framework* voor het verklaren van bedrijfssucces



### *Individuele ondernemerskenmerken*

Zoals we al hebben gezien, zijn individuele ondernemerskenmerken belangrijk voor bedrijfssucces. Kennis, ervaring, werkervaring of juist ervaring als

ondernemer. Wijsheid, die althans voor de meesten van ons met de jaren komt. En naast menselijk kapitaal is uiteraard ook financieel kapitaal belangrijk voor bedrijfssucces. Dit geldt voor alle ondernemers.

### *Sociaal kapitaal*

Sociaal kapitaal is ook belangrijk. Dat is niet het kapitaal van ondernemers zelf, maar de relaties die ze met anderen hebben en hetgeen daaruit kan worden ingezet. Want ondernemers opereren niet alleen; ze zijn ingebed in vele sociale netwerken die kunnen worden gebruikt voor het bedrijf (Kloosterman et al. 1999, Rath & Kloosterman 2000, Thornton et al. 2011).

Het succes van bedrijven van etnische ondernemers wordt sterk beïnvloed door sociaal kapitaal uit de etnische groep of cultuur (Waldinger et al. 1990, p. 3; Light & Gold 2000). Dit komt door de specifieke relaties en interactiepatronen tussen mensen met dezelfde nationale achtergrond of migratiegeschiedenis. De emotionele en vaak ook fysieke nabijheid tot de co-etnische groep of cultuur biedt voordelen, door Lee et al. (1997) omschreven als de '*social resources explanation*': informele kredietverlening, een flexibele arbeidsinzet, de zekerheid van een afgeschermd afzetmarkt, specifieke markt-informatie en goed inzicht in de doelgroep met dezelfde normen en waarden. In de literatuur gaat men er over het algemeen van uit dat dit soort sociale netwerken sterk is binnen de co-etnische gemeenschap. Toch zijn er vaak ook andere banden: met autochtonen of andere allochtone groepen. Die zijn juist weer belangrijk voor nieuwe inspiratie, nieuwe kennis, nieuwe strategieën en nieuwe markten.

### *De opportunity structure: kansenstructuur*

Maar de kenmerken van individuele ondernemers en de hulpbronnen via hun sociale relaties zijn niet voldoende om succes te begrijpen. Want dit zijn alleen factoren aan de aanbodkant van etnisch ondernemerschap: kenmerken van mensen en van hun sociale contacten en netwerken. Volgens de *interaction theory* (Waldinger en collega's in 1990) is ondernemerschap (en ook het succes ervan) afhankelijk van de wisselwerking tussen individuele kenmerken van de ondernemer en diens bedrijf aan de ene kant, en de omgeving of context van het bedrijf aan de andere kant. Het was vernieuwend dat ook de vraagkant, wat betreft (markt)kansen voor ondernemerschap, een rol zou kunnen spelen. Hiervoor bedachten Waldinger en zijn collega's de term '*opportunity structure*': de kansenstructuur.

Deze kansenstructuur wordt bepaald door twee typen omgevingskenmerken (Kloosterman 2010). Ten eerste de economische omgeving, zoals de conjunctuur, een grote of groeiende afzetmarkt, of juist een grote concurrentie in een bepaalde sector. Het andere type omvat politiek-institutionele factoren, zoals nationale regels en wetten, maar ook normen en ongeschreven regels in het zakendoen. Met name voor eerste generatie niet-westerse allochtonen kunnen deze institutionele factoren een barrière zijn om kansen te zien en te benutten. De tweede generatie niet-westerse allochtonen, opgegroeid dus gesocialiseerd in deze nationale setting, heeft hiervan uiteraard minder last, zoals Sepulveda en collega's concludeerden uit hun studie naar Londense migrantenondernemers (Sepulveda et al. 2011).

*Invloed van menselijk en sociaal kapitaal van de ondernemer op structuur en benutting van kansen*

De kansenstructuur is niet voor iedereen hetzelfde en niet iedereen kan en zal die kansen op dezelfde manier benutten. Zoals Shane & Venkataraman al in 2000 schreven: er is een verschil tussen *opportunity identification* en *opportunity exploitation*, tussen kansen ontdekken en deze kansen grijpen. Het ontdekken van kansen, *opportunity identification*, is in figuur 5 weergegeven door de donkergrijze verticale pijlen. Kansen zien lukt door een betere toegang tot informatie, met meer levenservaring en sociale netwerken, of juist door efficiënt zoekgedrag. Ook tips, steun en informatie van het netwerk zijn belangrijk om meer of nieuwe kansen te ontdekken.

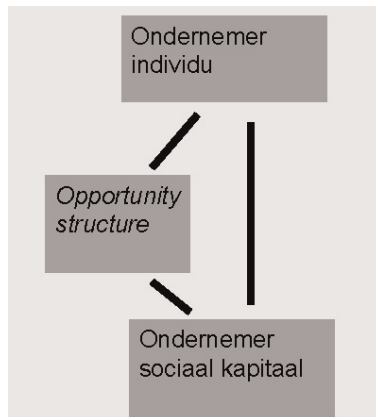
Het omzetten van *opportunity structure* naar bedrijfssucces heeft te maken met de benutting van de kansen, in figuur 5 verbeeld door de donkergrijze schuine pijlen. Ook dit hangt af van de bagage van de ondernemer zelf, van diens kennis, ervaring en financiële ruimte en ook nu weer zijn die sociale relaties belangrijk om kansen te kunnen grijpen. Dat gebeurt niet altijd in de verwachte richting. Zo vonden Grichnik en collega's (2013) onlangs dat aspirant-ondernemers hulp of advies van naaste familieleden juist vermijden, uit angst deze hechte vertrouwensrelatie te verstoren als het nieuwe bedrijf mislukt. Hierbij spelen zaken als reputatie en gezichtsverlies een rol.

Terug naar het *mixed embeddedness framework*: waarom eigenlijk de toevoeging 'mixed'? Het onderdeel *social embeddedness* of *relational embeddedness* is door Amsterdamse en Britse onderzoekers in de jaren negentig uitgebreid onderzocht (Kloosterman et al. 1999, Kloosterman & Rath 2010). Deze inbedding van etnische ondernemers in de eigen groep en ook in andere groepen was al bekend. Hun bijdrage was een tweede vorm van *embeddedness*: een

*structural embeddedness* in kansenstructuren. Vandaar een dubbele inbedding, een '*mixed embeddedness*', weergegeven in figuur 5 met de twee ovals.

Kortom, volgens deze *mixed embeddedness*-benadering zijn verklaringen voor etnisch ondernemerschap en het succes daarvan onder te brengen in drie categorieën: menselijk (en financieel) kapitaal, sociaal kapitaal én kansenstructuur. Deze drie categorieën, drie blokjes, vormen de basis voor mijn toekomstige onderzoeksactiviteiten (figuur 6). Dat is het mooie van wetenschap bedrijven: niet alleen iets herhalen, analyseren of toetsen, maar juist iets toevoegen – 'standing on the shoulders of giants', zoals Waldinger en collega's, en de schouders van mijn eigen nieuwe collega's Jan Rath, Robert Kloosterman, Joanne van der Leun en Ewald Engelen. Dat zijn natuurlijk ook reuzen.

Figuur 6. De kern van het *mixed embeddedness framework*



Nu kom ik terug op de titel van deze paragraaf: de vierde V, die van Verschuiving. Ik betoog dat de drieledige verklaringen volgens de *mixed embeddedness*-benadering 'inwendige' verschuivingen kent over de tijd. De blokjes in figuur 6 veranderen van grootte en vorm, wat staat voor meer ervaring, grotere of andere netwerken, en/of nieuwe of juist afgesneden kansen over de tijd. Ondernemers kunnen na een tijdje nieuwe kansen zien en grijpen, bijvoorbeeld bij het aanboren van nieuwe markten (Kloosterman & Rath 2001). Nieuwe markten of nieuwe doelgroepen... Er zijn ondernemers die hun supermarkt hebben omgedoopt tot 'multiculturele supermarkt' en dat ook expliciet op de gevel hebben gezet (figuur 7). En inmiddels hebben veel Marokkaanse kappers autochtone klanten.

Figuur 7. De multiculturele supermarkt



Foto: Veronique Schutjens, Utrecht Overvecht, oktober 2013

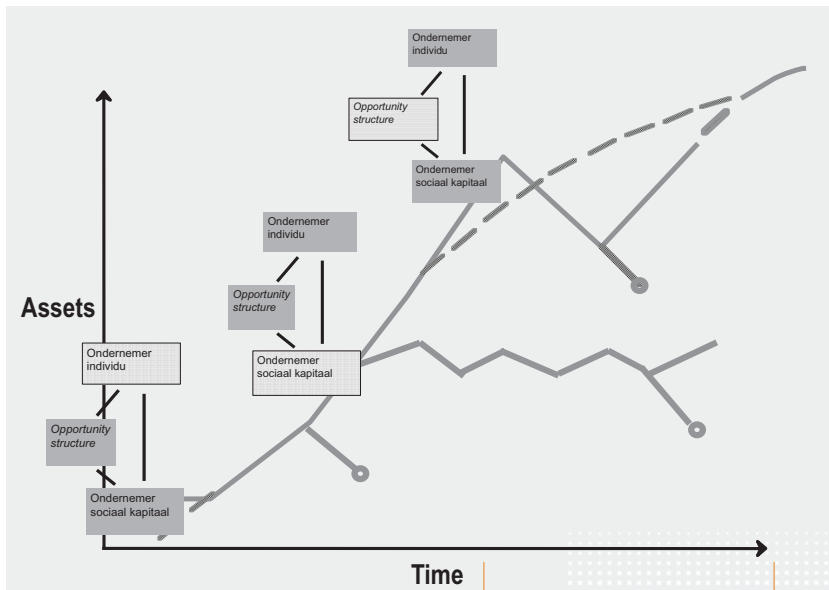
Dus menselijk (en financieel) kapitaal, sociaal kapitaal en kansenstructuren veranderen vanzelf, over de tijd, maar hun invloed op bedrijfssucces verschuift ook. In de eerste fase, die van ontluikend ondernemerschap, zijn waarschijnlijk rolmodellen en persoonlijkheidskenmerken, dus de bagage van de ondernemer en voorbeelden en steun uit de directe omgeving en familie, essentieel voor bedrijfssucces. Maar in de vroege startfase en eerste moeilijke bedrijfslevensjaren gaat het misschien juist wel om doorzettingsvermogen, klanten die op tijd betalen, het opbouwen van vertrouwen en reputatie, en het opbouwen of bestendigen van financieel en sociaal kapitaal. Later zullen in de doorgroefase markttoegang, marktontwikkeling en – opnieuw – persoonlijke capaciteiten weer op een andere manier meetellen. In verschillende levensfasen kan daarom steeds een ándere categorie van verklaringen belangrijk zijn.

Ik grijp even terug naar Garnsey, die in haar studie naar bedrijfsontwikkelingen van cohorten nieuwe bedrijven de nadruk heeft gelegd op veranderende hulpbronnen gedurende de bedrijfslevensloop, en daarbij dus alleen op de aanbodkant (zie figuur 4). Volgens de *mixed embeddedness*-benadering gaat het echter ook om de *opportunity structure*: kansen zien en kansen grijpen.

Het zijn dus menselijk (en financieel) kapitaal, sociaal kapitaal én kansstructuren, die over de tijd van vorm en invloed veranderen. In de eerste fase kunnen ondernemerskenmerken, in de tweede fase sociale netwerken, en in een latere levensfase juist kansstructuren belangrijk zijn voor bedrijfsontwikkeling.

En hiermee is het idee van Garnsey over bedrijfsontwikkeling gecombineerd met het concept *mixed embeddedness* van Kloosterman, Rath en anderen. Een dynamische dimensie, een continue ‘remix’ van verklaringen. In figuur 8 is deze *Dynamic Mixed Embeddedness* weergegeven: verschuivende verklaringen van bedrijfssucces van etnische ondernemers door de tijd heen. Dit schema wordt mijn handvat in de resterende twee jaren van deze leerstoel.

Figuur 8. *Dynamic Mixed Embeddedness*: verschuivende verklaringen van bedrijfssucces



## 4. Onderzoeksplannen

Als een soort acupuncturist ga ik drie naalden steken in de gewrichten, zenuwknopen en spieren in het schema van *Dynamic Mixed Embeddedness*. Naalden in de kruispunten van de bedrijfslevensloop.

### 4.1. *Project 1: Verschil in ondernemende houding en ondernemend gedrag*

Het eerste project gaat over de fase voordat iemand ondernemer wordt, dus over de potentiële ondernemers.

Onderzoeksvraag: *In hoeverre bestaan er verschillen in de houding en het gedrag ten aanzien van ondernemerschap tussen autochtonen en allochtonen, en in hoeverre varieert dit tussen verschillende (lokale) kansensstructuren?*

Er zijn niet veel studies naar de rol van contexten op de kans om ondernemer te worden. Een uitzondering daarop vormt het werk van een aantal Utrechtse sociologen: Kanas et al. (2009). Zij tonen aan dat noch deel uitmaken van een bepaalde etnische groep noch wonen in een wijk met veel allochtonen de kans op ondernemerschap vergroot. Wel heeft het hebben van veel contact met Nederlanders een positief verband met de kans om ondernemer te zijn. Dit effect kan echter vanwege de transversale meting ook andersom lopen.

In het onderzoek van Kanas et al. zijn drie groepen allochtonen meegenomen, maar helaas geen autochtonen, waardoor een *benchmark* en variatie tussen allochtone groepen ontbreken. Bovendien wordt alleen de kans onderzocht om ondernemer te *zijn*, niet om het te *worden*.

Dit eerste onderzoeksproject is breder en beslaat zowel meerdere groepen allochtone ondernemers (naast autochtone), als een ruimere periode. Onderzocht is de fase voor en de fase rond de start van een bedrijf. Hierin kunnen drie bedrijfslevensfasen worden onderscheiden: het hebben van alleen een ondernemende houding; het bezig zijn met het opzetten van een nieuw bedrijf, ook wel de *nascent* ondernemerschapsfase genoemd; en activiteiten ontplooiën voor een nog jong bedrijf. Dit zijn ook de ondernemerschapsfasen die in de grootschalige internationale Global Entrepreneurship Monitor (GEM) worden gehanteerd (zie Bosma 2013).

Een ondernemende houding van individuen zegt iets over de aantrekkelijkheid voor hen van het ondernemerschap, de risicogeneidheid, en inschatting van (lokale) ondernemers- en bedrijfskansen (*entrepreneurial opportunities*). Het is goed mogelijk dat de lokale kansensstructuur hierbij een rol speelt, mis-



schien zelfs onbewust). Dit zouden we kunnen terugzien in een minder ondernemende houding op locaties met weinig economische (markt)potentie.

In de fase van *nascent* of opkomend ondernemerschap zitten degenen die nog niet zijn gestart, maar wel al concrete acties hebben ondernomen om een bedrijf te beginnen. Het is mogelijk dat sommigen vastlopen in deze vroege fase en anderen niet. Het aandeel *nascents* zegt echter wel iets over de actiebereidheid om dromen (ondernemende houding) in daden (ondernemerschap) om te zetten. Net zoals bij een ondernemende houding, kan zich dit op verschillende manieren manifesteren in verschillende contexten of lokale kansenstructuren.

In de derde bedrijfslevensfase, die van nieuw ondernemerschap, zitten de ondernemers met een jong bedrijf. Zij hebben daadwerkelijk een bedrijf gestart en zijn bezig dit bedrijf de eerste moeilijke levensfase door te loodsen. Het aandeel ondernemers in deze 'vroege' bedrijfslevensfase zegt iets over de kansen om ondernemersintenties daadwerkelijk door te zetten – iets wat uiteraard afhankelijk is van de persoon, maar waarschijnlijk ook van de context.

In dit onderzoeksproject kijk ik naar bewoners in de achttien grote Nederlandse steden die de 40 voormalige krachtwijken herbergen: de buurten die er sociaaleconomisch slechter voor stonden en staan dan andere. De hypothese is dat dit ook doorwerkt op potentiële ondernemers dus dat in deze sociaaleconomisch zwakkere gebieden of contexten de ondernemende houding van de bevolking achterblijft. Er wordt samengewerkt met de Utrecht School of Economics UU en Panteia/EIM.

#### *4.2 Project 2: Verschil in survival tussen allochtone en autochtone ondernemers*

Het tweede project gaat over de vroege bedrijfsontwikkeling van allochtone ondernemers, de eerste fase na de start.

Onderzoeksvraag: *In hoeverre verschilt de overlevingskans van nieuwe Amsterdamse bedrijven naar etniciteit van de ondernemer, gecontroleerd voor andere ondernemers- en bedrijfsfactoren, en in hoeverre geldt dat voor verschillende (wijk)contexten?*

Verschiedende studies hebben aangetoond dat pas ná het starten van een bedrijf, bij de bedrijfsontwikkeling, de echte kwaliteit van ondernemerschap komt bovendrijven. Dit is goed te zien aan de overlevingskans van bedrijven. In de eerste levensfasen na de start blijken nieuwe bedrijven bijzonder kwetsbaar te zijn. Maar speelt dit nu sterker voor bepaalde typen allochtone onder-

nemers dan voor andere groepen? Er is tot dusver weinig inzicht in hoeverre de overlevingskans van het nieuwe bedrijf van allochtone ondernemers afwijkt van die van andere ondernemers. Dagevos (2009) toont wel verschillen in overlevingskansen na één jaar, maar daarbij is niet gecontroleerd voor de sector. Dit betekent dat een gemiddeld lage overlevingskans voor allochtonen wellicht te wijten is aan de sectorkeuze.

Met andere woorden: als relatief veel allochtonen een sector met weinig marktpotentie of veel concurrentie kiezen, staat niet de kwaliteit van hun ondernemerschap ter discussie, maar is de sectorkeuze de oorzaak van de gemiddeld lagere overlevingskans in deze groep. Controle voor een bepaalde sector (of andere factoren, zoals het starten in een team of met een groot bedrijf) heeft tot dusver niet plaatsgevonden, en dit kan de resultaten met betrekking tot verschillen in overlevingskansen sterk vertekenen.

In dit onderzoeksproject wordt de bedrijfsontwikkeling van allochtone ondernemers in kaart gebracht, uiteraard in vergelijking met autochtone Nederlandse ondernemers. De overlevingskans staat in de analyse centraal. Daarbij wordt een onderscheid gemaakt tussen autochtone, westerse en niet-westerse allochtone ondernemers en ook bekeken of de bedrijfsontwikkeling geconditioneerd wordt door specifieke wijkenmerken (bevolkingssamenstelling) of sector- en bedrijfskenmerken (leeftijd, type bedrijfspand).

Om dit te onderzoeken zijn bijna 10.000 Amsterdamse bedrijven die zijn opgericht tussen 2004 en 2008, gevolgd tijdens hun eerste levensjaren. Deze studie, uitgevoerd in een samenwerkingsverband met de Universiteit Utrecht (Anne Risselada) en Panteia/EIM (Nardo de Vries en Anne Bruins), is inmiddels bijna afgerond. De voorlopige uitkomsten zijn dat bedrijven van niet-westerse allochtonen minder lang overleven dat andere (ook als je rekening houdt met hun relatief lage leeftijd, mindere werkervaring en typische sectorkeuze), maar dat dit effect pas later in de levensloop naar voren komt. In de eerste twee jaar lopen alle nieuwe bedrijven ongeveer hetzelfde risico. De uitkomsten van deze pilot vormen een basis voor grootschaliger onderzoek over een langere periode en met meerdere (typen) starters.

#### *4.3 Project 3: Succes van allochtone buurtbedrijven*

Het derde project draait om verschillen tussen bedrijven juist wat later in hun levensloop.

Onderzoeksvraag: *In hoeverre verschilt de bedrijfsontwikkeling van allochtone en autochtone ondernemers in typische woonbuurten, en wat is de rol van buurtkenmerken, lokale netwerken en de veranderingen daarbij?*

Slutjes et al. (2012) hebben aangetoond dat wijkenmerken een gering, doch significante invloed hebben op het bedrijfssucces van typische buurtbedrijven. Met name is gemeten dat een hoge maat van 'sociale cohesie' een positief effect heeft op de groei van het aantal werknemers, ook als is gecontroleerd voor de (in de regel en theorie) belangrijker factoren als bedrijfskenmerken (zoals bedrijfs groei of bedrijfssector). Dat geldt voor ondernemers in het algemeen. Vanwege het geringe aantal allochtone ondernemers in de onderzoekspopulatie kon helaas geen uitsplitsing naar de herkomst van de ondernemer worden gemaakt.

In de studie van Schutjens & Völker (2010) wordt aangetoond dat de buurt ook via netwerken invloed heeft op de ontwikkeling van lokale bedrijven; ondernemers met veel buurtcontacten zijn sterker gegroeid dan ondernemers zonder lokaal netwerk. Ook hier was het vanwege het kleine aantal respondenten niet mogelijk om dit tussen autochtone en allochtone ondernemers te vergelijken. Toch lijkt het erop dat netwerken en de nabijheid daarvan belangrijk zijn voor bedrijven, wat aansluit bij de *mixed embeddedness* op lokale schaal: de verankering via lokaal vastgoed, lokale vraag, markt, concurrentie, instanties en initiatieven. Verschilt deze rol van netwerken tussen *opportunity structures* ook tussen diverse soorten buurten?

Dit project, waarin bestaande bedrijven in verschillende typen buurten worden onderzocht, biedt tevens de mogelijkheid om de *resource based view* van Penrose en Garnsey verder uit te werken, analoog aan de studie van Jayawarna et al. (2011), die strategieën ten aanzien van financieel kapitaal (*bootstrapping strategies*) onderzochten in achterstandsgebieden in het Verenigd Koninkrijk. In dat artikel gaat het vooral om financiële hulpbronnen, maar hetzelfde geldt voor andere *resources*, zoals het delen of lenen van materiaal, tijdelijke arbeidskrachten of delen van arbeidskrachten of bedrijfsruimte, en natuurlijk kennis, vaardigheden en emotionele steun van familie en vrienden.

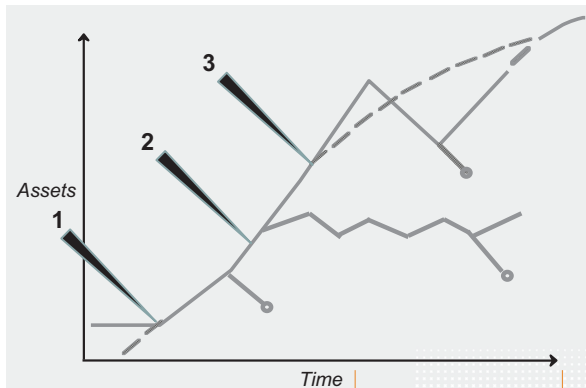
Sinds 2008 volgen sociologen van de Universiteit Utrecht, Gerald Mollenhorst, Beate Volker en ik 385 ondernemers en hun bedrijven in 145 'gemiddelde' Nederlandse woonbuurten: een echt panel. In de panelwave van 2013 konden we ook extra ondernemers interviewen in 20 'zakkere' buurten. Dit biedt een unieke kans om verschillende *opportunity structures* van ondernemers met elkaar te vergelijken.

Wat dit derde project zo bijzonder maakt, is dat we ook de verandering van het sociale netwerk van ondernemers kunnen meten. We hebben daar in 2008 uitvoerig naar gevraagd en hebben dat in de zomer van 2013 herhaald. Het sociale netwerk in 2008 kan naast het netwerk in 2013 worden gelegd. Over dit stuk(je) van de bedrijfslevensloop kunnen dus zowel de stabiliteit van de

netwerksamenstelling als de wellicht veranderde rol van netwerkleden worden geanalyseerd. Voor deze leerstoel gaat het dan natuurlijk vooral om het verschil tussen allochtone en autochtone ondernemers. Zijn netwerken van etnische ondernemers fundamenteel anders dan netwerken van andere ondernemers? En ontwikkelen die netwerken zich dan ook anders? Hoe verandert en verschuift dat over de tijd?

Deze drie projecten kunnen in het schema van *Dynamic Mixed Embeddedness* als naalden worden weergegeven (figuur 9). Project 1 zit in de voorfase van ondernemerschap, het aspirant-ondernemerschap. Project 2 zoomt in op de eerste kwetsbare levensjaren van het bedrijf. En project 3 gaat verder en breder, en betreft bestaande bedrijven van ondernemers in woonwijken.

Figuur 9. *Dynamic Mixed Embeddedness*: de plaats van de drie onderzoeksprojecten



## 5. Wat hebben we geleerd in deze openbare les? Blijf kijken

Mijn schoonvader schuift elk jaar weer de nieuwe schoolfoto's van alle kleinkinderen aan bij een rijtje onder een glazen plaat op zijn bureau. Prachtig lange rijtjes zijn het inmiddels. Je ziet de kleinkinderen zonder tanden, met tanden, zonder melktanden, met vooruitstekende tanden, met slotjes. Je ziet het babyvet plaatsmaken voor puistjes. Je ziet ze groeien, veranderen, ontwikkelen. Afstand nemen – en gelukkig ook weer terugkomen. Een verzameling foto's van vier kinderen die tijdens hun middelbare schooltijd zijn gevolgd, gemaakt door Rogier Oversteegen, illustreert dit prachtig en kan dienen als korte samenvatting van mijn verhaal (*Volkskrant Magazine* 2002).

Figuur 10. De ontwikkeling van kinderen in de zes jaren van de middelbare school



Bron: Rogier Oversteegen

Alleen de foto's in de linkerkolom zouden momentopnamen kunnen zijn, gewoon van vier kinderen uit klas 1. Deze reeks is vergelijkbaar met de ondernemersquote in veel onderzoek naar het bedrijfssucces van (allochtone) ondernemers: het aantal starters op een bepaald moment. Een combinatie van deze linkerkolom met juist de rechterkolom zou al mooi zijn om een vergelijking te maken tussen klas 1 en klas 6. Dan weet je bijvoorbeeld wie het hebben gered, dus welke kinderen – volwassenen bijna al – deze middelbare school hebben afgemaakt.

Maar het allermooiste is het rijtje zelf, van links naar rechts, waarin de ontwikkeling zo prachtig tot uiting komt. In het groeien, ontwikkelen in zes jaar tijd, heeft het meisje bovenin een groeispurt gemaakt in klas 4. Weer een ander meisje heeft in klas 6 een grote emotionele stap gezet. Een jongen, in

klas 1 al een pionier met zijn kuif, heeft zijn innovatieve instelling de hele middelbare school volgehouden.

Bij dit volgen van kinderen door de tijd past ook dat eventuele stoppers, dus schoolverlaters, meteen kunnen worden ondervraagd over hun motieven. Stel dat een van deze meisjes in klas 4 van school vertrekt. Dan zou ze kunnen worden achterhaald en hierop toelichting kunnen geven. Want waarom is ze weggegaan? Gaat het om haar (wellicht achterblijvende) capaciteiten? Of zijn het juist andere kansen, misschien voor een achtste vak bij een andere school? En: heeft haar vertrek ervoor gezorgd dat puur en alleen het kijken naar de drie resterende geslaagden een verkeerd beeld geeft van het succes van de middelbare school?

De titel van deze openbare les is daarom: blijf kijken. Blijf kijken om ontwikkeling te kunnen zien.

**Blijf kijken, mijn advies voor ondernemers.** Blijf alert op nieuwe kansen, markten en mogelijkheden. Evalueer eerlijk en kritisch het ondernemingsplan. Laat je interviewen door een masterstudent en biedt dan meteen aan om je jarenlang te laten volgen in ruil voor terugkoppeling en een grondige vergelijking met andere ondernemers, een *benchmark*.

**Blijf kijken, mijn advies voor onderzoekers.** Loop met ondernemers mee, kijk mee over hun schouder. Laat je, hoewel het moeilijk is, niet leiden door snelle resultaten, door een foto-opname. Probeer verklaringen te achterhalen voor bedrijfssucces en oorzaak en gevolg te onderscheiden. Hiervoor is een lange adem nodig. Wat ook kan, veel meer dan nu het geval is, is om bestaande databestanden te gebruiken voor een vervolgonderzoek. En natuurlijk: altijd ondernemers vragen of ze bereid zijn om later nog een keer mee te doen.

**Blijf kijken, mijn advies voor beleidsmakers.** Succesvol etnisch ondernemerschap kleurt en verrijkt onze economie, dus blijf hiervoor aandacht houden. Zorg verder voor beroepsgerichte opleidingen, voor werkervaring, voor rolmodellen. Maar richt je vooral op de kansenstructuur en de achterliggende factoren, op het vergroten en zichtbaar maken van kansen en het slechten van barrières, zodat etnische ondernemers nieuwe kansen kunnen zien en pakken.

## 6. Dankwoord

Mevrouw de Rector Magnificus, mijnheer de decaan van de faculteit Management en Gedragswetenschappen, Curatorium en bestuursleden van Stichting VNO-NCW Leerstoel Etnisch Ondernemerschap: ik dank het College van Be-

stuur voor mijn benoeming, de faculteit voor mijn voordracht, en het Curatorium voor hun keuze voor mij. De bestuursleden van de stichting dank ik natuurlijk voor het instellen van deze prachtige leerstoel.

Het is tijd voor aandacht voor sociaal kapitaal, want hard werken alleen is geen garantie voor succes. Dat geldt niet alleen voor ondernemers maar ook voor wetenschappers. Een grote dosis geluk, kansen zien en grijpen, maar vooral ook het vertrouwen van anderen geeft een mens – geef mij – vleugels.

De poten, de pijlers onder deze leerstoel zijn Jan Rath en Robert Kloosterman. Dank voor jullie vertrouwen in mij en mijn inzet om samen iets moois te maken van deze leerstoel. Hetzelfde geldt voor de andere leden van het curatorium, Mirjam van Praag en Peter van Hoesel, en natuurlijk de voorzitter van de stichting, Wim Ruijgrok, en de secretaris, Merdan Yagmur. Dank ook voor alle goede raad, specifiek van Wim en Peter, die mij vriendelijk doch beslist terugfloten na het presenteren van mijn overambitieuze raamwerk, afgelopen mei 2013. Ik heb immers slechts een dag in de week tijd om mijn onderzoeks- en onderwijsplannen te verwezenlijken.

Ik ken nog niet veel nieuwe collega's van het departement Sociologie persoonlijk, maar dat is een kwestie van tijd. Natuurlijk wel Muriël Kiesel, altijd behulpzaam en vriendelijk, die me wegwijs maakte op het Spinhuis. Katja Rusinovic: aanstaande dinsdagochtend om 9.00 uur begint ons masterkeuzevak 'Migrant entrepreneurship and the urban economy'. We hebben er zin in, nou de studenten nog! Het is fijn werken met jou, want je bent duidelijk, doelgericht en betrokken. Je hebt me enthousiast en warm onthaald. Dankjewel.

'History matters'. Ik sta hier natuurlijk ook dankzij mijn professionele carrière bij de faculteit Geowetenschappen van de Universiteit Utrecht, met name bij Economische Geografie, waar ik vier dagen per week werk. Mijn anker daar was de veel te vroeg overleden Han Floor en verder Egbert Wever, mijn mentor en lang mijn motor op het gebied van het ondernemerschap. Ik mis Hans' pragmatisme; zijn relativiserende 'Ho, vader' hebben wij thuis ook ingevoerd. Ik mis de duidelijkheid en de no-nonsense mentaliteit van Egbert. Beiden gaven ze mij het zelfvertrouwen om kansen te grijpen. Gelukkig is een derde anker nog altijd actief in het Utrechtse: Pieter Hooimeijer. Pieter heeft mij al bijna een kwart eeuw stil maar stevig gesteund. Natuurlijk ook dank aan Oedzge Atzema, mijn grootse collega en tegenpool in Utrecht. Uit de verschillen tussen ons is inmiddels een groot warm wederzijds respect gegroeid. Verder de vele andere collega's in Utrecht. Het is de weg, niet het einddoel, en jullie lopen nu al zoveel jaren met mij mee.

In mijn hart ben ik een schooljuffrouw. Van de bijna honderd masterstudenten die ik bij hun scriptie heb begeleid, heb ik hier de laatste zes uitgenodigd, samen met degenen uit het jongste cohort van 43 verse masterstudenten economische geografie. Jullie vertegenwoordigen al die studenten in de laatste 25 jaar. Ik geniet ervan om een stukje op jullie levenspad met jullie mee te lopen, ook al is het maar deze eenjarige masterfase. En na deze openbare les weten jullie ook meteen waarom ik bij het eerste werkcollege een foto van jullie maak.

Op het pad van het economisch-geografisch onderzoek naar buurtondernemers en hun bedrijven zijn Bart Sleutjes en Anne Risselada, als ex-promovendi, en Frank van Oort, als mijn trouwe medebegeleider, goede slimme gezellige kompanen. De economische discipline? Jonge honden Niels Bosma en Erik Stam, beiden bij mij gepromoveerd, zijn mij allang voorbijgesnel richting de Utrecht School of Economics, Erik nu alweer enkele jaren als hoogleraar. Ik heb altijd heerlijk met jullie samengewerkt op het gebied van ondernemerschap en bedrijfsontwikkeling en hoop dat in de toekomst te mogen blijven doen.

Dan die andere discipline, de sociologie, in dit geval bij de Faculteit Sociale Wetenschappen van de Universiteit van Utrecht. Wouter Steenbeek, Gerald Mollenhorst, Beate Volker, ons werk op het snijvlak van sociologie en geografie, in buurten als arena voor de ontwikkeling van netwerken, heeft ons nu al zeven fijne, inspirerende onderzoeksjaren opgeleverd en vele lange, late etentjes met Gerald aan Beates tafel – tot en met de laatste fles wijn. Er is tussen ons drieën een bijzondere vriendschap gegroeid waar ik heel blij mee ben. Beate, wij ontwierpen en ontwikkelden samen het High Potential Project, een belangrijk kruispunt in mijn professionele leven dat nu gelukkig een rotonde is geworden. Ik bewonder jouw trouw aan de sociologie, aan de wetenschap, aan jouw promovendi en studenten. En jouw vermogen om alle bordjes in de lucht te kunnen houden – en dan nog tijd te vinden voor het spelen van piano en gitaar in de schoolband.

Want er is meer dan werk. Wetenschappers zijn mensen. Dankjewel, Friedel, Marianne, Michelle, Hein, Jeanette, Harrie, Caroline, dank voor het wandelen, luisteren, lachen, sporten, eten en drinken. Voor schrijf- en schrapweekenden aan het strand, Hein en Michelle. Voor de muziek, Manon. Dank ook aan al die andere vrienden en vriendinnen die weten wat de echt belangrijke kruispunten in een levensloop zijn.

Ik ben ingebed in een prachtig groot gezin, een onderwijzersgezin. Twee van mijn zussen zijn succesvol ondernemer, van wie één haar fors gegroeide Drentse bedrijf inmiddels slim heeft verkocht. Haar ondernemende persoon-



lijkheid blijkt uit het feit dat ze de afgelopen zomer mijn oratie alvast had geschreven, getiteld 'Oostelijk Ondernemerschap'. De andere ondernemer zit hier trots in haar toga vooraan. De overige drie kinderen uit ons gezin, die vroeger juist wat roekelozer waren, zijn volstrekt risicomijdend al respectievelijk 30, 25 en 20 jaar hun eerste werkgever trouw. Met jullie vieren deel ik wel en wee, en zeker het laatste jaar waren de dalen diep en de pieken hoog. Het is heerlijk om jullie altijd om me heen te voelen, en dat geldt trouwens ook voor mijn familie uit Noord-Holland en mijn grote Brabantse onderwijzersfamilie, waarvan er velen hier vandaag aanwezig zijn en van wie ik hier onze tante Dienke natuurlijk wel, maar Walter vast niet mag noemen.

Mijn keuze van de foto's van schoolkinderen, van andere kinderen, en mijn verhaal over schooluitval wekt misschien de indruk dat onze kinderen meermalen hebben gedoubleerd, van school zijn geschopt of slechts nog met *piercings* bijeengehouden worden. Niets is minder waar. Onze Suzan, onze Tom, onze Lucia – jullie zijn prachtige mensen. Door jullie is mijn levenspad goudgekleurd. En dat levenspad loopt al ruim 23 jaar min of meer parallel met dat van Ronald, de liefde van mijn leven. Nou ja, parallel... Soms wijken de paden wat uiteen, beste decaan in Utrecht! Maar we houden elkaars hand stevig vast en trekken die paden gewoon weer parallel, elke keer weer opnieuw – met tolerantie, humor en liefde. Dankjewel voor je grote begrip, geduld en vertrouwen, altijd al maar zeker de laatste maanden.

Deze openbare les vandaag, op mijn 50ste verjaardag, draag ik op aan mijn ouders. De beste, fijnste, warmste, meest toegewijde onderwijzers ter wereld. Zij hebben mijn zussen, mijn broer en mij met openbare en persoonlijke wijze lessen op het juiste pad gezet en door het leven geloodst. Mijn blijdschap dat zij hierbij kunnen zijn, kan ik niet in woorden uitdrukken. Daarom voor jullie: muziek! Blijf luisteren.

Blijf kijken.

Ik heb gezegd.

## Literatuur

- Bleeker, D., A. Bruins & R. Braaksma (2011), *Monitor vrouwelijk en etnisch ondernemerschap 2010*. Zoetermeer: EIM
- Bosma, N. (2013), The Global Entrepreneurship Monitor (GEM) and its impact on entrepreneurship research. In: *Foundations and Trends® in Entrepreneurship*, 9 (2), p. 143-248
- Bosma, N., V. Schutjens & E. Stam (2013), *A Multilevel Analysis of High Growth-Expectation Entrepreneurship*. Paper presented at the 2013 Workshop 'Institutions and the Allocation of Entrepreneurship', Utrecht University School of Economics / CIRCLE Lund University 19th April 2013
- Bovenkerk, F., A. Eijken & W. Bovenkerk-Teerink (1983), *Italiaans ijs: de opmerkelijke historie van Italiaanse ijsbereiders in Nederland*. Meppel: Boom Koninklijke Uitgevers NL
- Dagevos, J. (2009), Werkloosheid, uitkeringen en werk. In: M. Gijsberts en J. Dagevos (red.), *Jaarrapport integratie 2009*, p. 139-167. Den Haag: Sociaal Cultureel Planbureau
- EIM (2011), Trendstudie MKB en Ondernemerschap. Ontwikkelingen, vooruitblik en beleidssignalen. Zoetermeer: Panteia/EIM
- Engelen, E. (2010), Etnisch ondernemerschap 2.0. Oratie Leerstoel VNO-NCW, <http://www.vno-ncw.nl/SiteCollectionDocuments/Meerinformatie/oratieEwaldEngelen-leerstoelEtnischOndernemerschap.pdf>. Zie ook *Tijdschrift voor de Sociale Sector*, p. 19-23
- Garnsey, E. (1998), A Theory of the Early Growth of the Firm. In: *Industrial and Corporate Change* 7, p. 523-555
- Grichnik, D., J. Brinckmann, L. Singh & S. Manigart (2014), Beyond environmental scarcity: Human and social capital as driving forces of bootstrapping activities. In: *Journal of Business Venturing*, 29(2), p. 310-326
- Jayawarna, D., Jones, O. & A. Macpherson (2011), New business creation and regional development: enhancing resource acquisition in areas of social deprivation. In: *Entrepreneurship & Regional Development*, 23(9-10), p. 735-761
- Kanas, A., F. van Tubergen & T. van der Lippe (2009), Immigrant Self-Employment: Testing Hypotheses about the Role of Origin and Destination Capital. In: *Work and Occupations* 36(3), p. 181-208
- Katila, S., & Ö. Wahlbeck (2012), The role of (transnational) social capital in the start-up processes of immigrant businesses: The case of Chinese and Turkish restaurant businesses in Finland. In: *International Small Business Journal*, 30(3), p. 294-309
- Kloosterman, R., J. van der Leun & J. Rath (1999), Mixed Embeddedness: (In)formal Economic Activities and Immigrant Business in the Netherlands. In: *International Journal of Urban and Regional Research*, 23(3), p. 252-265
- Kloosterman, R.C. (2010), Matching opportunities with resources: a framework for analyzing (migrant) entrepreneurship from a mixed embeddedness perspective. In: *Entrepreneurship & Regional Development*, 22(1), p. 25-45

- Kloosterman, R., & J. Rath (2001), Immigrant entrepreneurs in advanced economies: mixed embeddedness further explored. In: *Journal of ethnic and migration studies*, 27(2), p. 189-201
- Kloosterman, R. & J. Rath (2010), Shifting landscapes of immigrant entrepreneurship. In: OECD, *Open for business: migrant entrepreneurship in OECD countries*, p. 101-123. Parijs: OECD
- Lee, Y., T. Cameron, P. Schaeffer & C.G. Schmidt (1997), Ethnic minority small business: a comparative analysis of restaurants in Denver. In: *Urban Geography*, 18(7), p. 591-621
- Light, I. & S. J. Gold (2000), *Ethnic Economies*. San Diego, CA: Academic Press
- Ministeries van Economische Zaken, Justitie, Sociale Zaken & Werkgelegenheid, Volksgezondheid, Welzijn en Sport, Onderwijs, Cultuur & Wetenschappen, VNO-NCW, MKB Nederland (2005), *Actieplan 'Nieuw Ondernemerschap': kansen benutten*. Den Haag
- Penrose, E. (1959), *The theory of the growth of the firm*. Oxford: Basis Blackwell
- PSED Panel Study of Entrepreneurial Dynamics, zie <http://www.psed.isr.umich.edu/psed/home>
- Ram, M., B. Sanghera, T. Abbas, G. Barlow & T. Jones (2000), Ethnic minority business in comparative perspective: the case of the independent restaurant sector. In: *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 26(3), p. 495-510
- Rath, J. & R. Kloosterman (2000), Outsiders' business: a critical review of research on immigrant entrepreneurship. In: *International Migration Review*, 34(3), p. 657-681
- Rusinovic, K. (2006), *Dynamic entrepreneurship. First and second-generation immigrant entrepreneurs in Dutch cities*. IMISCOE Dissertation Series. Amsterdam: Amsterdam University Press
- Sanders, J.M. & V. Nee. (1996), Immigrant self-employment: The family as social capital and the value of human capital. In: *American Sociological Review*, 61, p. 231-249
- Schutjens, V. & Völker, B. (2010), Space and social capital: The degree of locality in entrepreneurs' contacts and its consequences for firm success. In: *European Planning Studies*, 18, p. 941-963
- Sepulveda, L., S. Syrett & F. Lyon (2011), Population superdiversity and new migrant enterprise: the case of London. In: *Entrepreneurship and Regional Development*, 23(7), p. 469-497
- Shane, S. & S. Venkataraman (2000), The promise of entrepreneurship as a field of research. In: *Academy of Management Review*, 25, p. 217-226
- Sleutjes, B. & Schutjens, V. (2012), The added value of firm networks: an empirical study of local firm success determinants. In: *Entrepreneurship Research Journal*, 2, p. 1-31
- Thornton, P.H., D. Ribeiro-Soriano & D. Urbano (2011), Socio-cultural factors and entrepreneurial activity: an overview. In: *International Small Business Journal*, 29(2), p. 105-118
- Tillaart, H. van den (2009), Allochtone ondernemers in Nederland. Situatie 8 augustus 2008 en ontwikkeling in de periode van 8 augustus 1998 tot 8 augustus 2008. Basisdocument voor Dagevos (2009)
- Volkskrant Magazine*, 'Lonken naar het leven', 18-05-2002

- Vries, N. de, J. Snoei & C. Bertens (2009), *Beter inzicht in multicultureel ondernemerschap. Een analytisch raamwerk en een empirische verkenning*. Zoetermeer: EIM
- Waldinger, R., H. Aldrich & R. Ward (1990), *Ethnic entrepreneurs: immigrant business in industrial societies*. Thousand Oakes, CA: SAGE Publications
- Wever, E. & V. Schutjens (1995), Nieuwe bedrijven, een hordenloop met weinig winnaars. In: *Economisch Statistische Berichten*, 4030, p. 962-964
- Zimmer, C. & H. Aldrich (1987), Resource mobilization through ethnic networks: kinship and friendship ties of shopkeepers in England. In: *Sociological Perspectives*, 30(4), p. 422-445

*Voor de foto's van de schoolkinderen ben ik speciale dank verschuldigd aan fotograaf Rogier Oversteegen, en Ton Markus en Margot Stoete (Communicatie en Marketing editors van de Faculteit Geowetenschappen, Universiteit Utrecht) voor de lay-out.*