

## **Verslag masterclass 'Kansen van etnische diversiteit voor stedelijke economie' 10 oktober 2007 – Nicis Institute**

### **Algemeen**

Etnisch ondernemerschap is een vrij grote sector. Sowieso wonen er momenteel veel mensen van niet westerse afkomst in Nederland. Hun aandeel is groeiend, maar lijkt in de grote steden te stagneren. De specifieke samenstelling van allochtonen verschilt per stad. Zo wonen er meer Marokkaanse Nederlanders in Amsterdam dan in Rotterdam, maar wonen er weer meer Turkse Nederlanders in Rotterdam dan in Amsterdam. Van de ondernemers in Nederland is 13% allochtoon. Het gaat om 127.000 etnische ondernemers met in totaal 400.000 mensen aan personeel. In de grote steden in Nederland (Amsterdam, Rotterdam en Den Haag) is 33% van de ondernemers allochtoon. Een interessant economisch gegeven is dat de sector groeit, terwijl er landelijk gezien sprake is van een recessie.

In algemene zin liggen er op diverse terreinen kansen voor de stedelijke economie. In eerste instantie kan nieuw ondernemerschap meer variatie in het aanbod van producten en diensten brengen. Zo valt te denken aan de specifieke import van exotische producten als dadels, Turkse feta en producten uit streken rond de Middellandse zee die door nieuwe importkanalen (bijvoorbeeld Duitse groothandels) op de Nederlandse markt beschikbaar komen. Een ander voorbeeld is de opkomst van Salsadansscholen, waar de Caribische danscultuur in Nederland is geïmporteerd met de komst van Antillianen. De ontwikkeling van etnisch ondernemerschap biedt naast diversiteit, sociale en maatschappelijke integratie en werkgelegenheid, ook kansen voor het versterken van internationale handel. Bij een grote concentratie van etnisch ondernemers liggen er, door het ontstaan van gekleurde wijken, zelfs kansen voor citymarketing.

### **Economische kansen moeilijk in beeld te brengen**

Het eerste deel van de bijeenkomst gaat over de economische kansen. Veel eerste generatie etnisch ondernemers zijn begonnen met een eigen zaak in de horeca of detailhandel, omdat een andere loopbaan weinig perspectief bood. Door een snelle start raakt een relatief groot gedeelte op termijn in de problemen, met een hoog percentage faillissementen tot gevolg. Hoewel het lastig blijkt om de toegevoegde waarde van het etnisch ondernemerschap in beeld te brengen, zijn er wel duidelijke kansen.

Een eerste kans is dat in de tweede generatie etnisch ondernemers de branche wordt verbreed. Steeds meer allochtonen beginnen een bedrijf in de zakelijke dienstverlening, zoals consultancy. Een onderdeel van die trend zijn de zogenaamde etno-marketing bureaus, en diensten zoals de Bronzen Gids. Het is niet duidelijk of met de brancheverbreding ook nieuwe, op etniciteit gebaseerde economische clusters ontstaan.

Een tweede kans voor de stedelijke economie zijn de zogenaamde diaspora links: de sterke band die etnisch ondernemers hebben met hun land van afkomst. Deze binding levert voor die groep specifieke kennis op over zaken doen, een potentiële markt van relatief goedkope arbeid en aanvullende financieringskanalen. Ook in deze nieuwe netwerken is het niet precies duidelijk wat de omvang van het potentieel is, en in welke mate een eventuele winst door etnisch ondernemers wordt aangewend om in de Nederlandse economie te investeren.

### **Hoe kan de overheid etnisch ondernemers helpen?**

Een groot, tweede, deel van de discussie zou moeten gaan over de kansen van etnisch ondernemerschap en welke rol de gemeenten en rijksoverheid daarin kunnen spelen. De discussie gaat uiteindelijk vooral over de probleemanalyse. Waar hebben etnisch ondernemers nu eigenlijk behoefte aan? Vanuit de groep etnisch ondernemers wordt weinig geklaagd. Zij zouden dit namelijk als gezichtsverlies ervaren. Eén antwoord (van de ondernemers) is dat etnisch ondernemers geen speciale behoeftes hebben, in ieder geval niet meer dan autochtone ondernemers. Hoewel de behoefte van etnisch ondernemers niet expliciet wordt geformuleerd vanuit die groep zelf, blijkt uit een aantal groepsgerelateerde problemen dat er, zeker in de begeleiding en opstartfase, een behoefte

*moet* zijn: zo'n 50% van de startende etnisch ondernemers gaat bijvoorbeeld failliet. Dit percentage ligt een stuk hoger dan bij autochtone ondernemers<sup>1</sup>.

Van de startende ondernemers gaat 10 tot 12 % failliet door kopieergedrag. Kopieergedrag betekent bijvoorbeeld dat het succes van een Turkse groenteboer anderen inspireert om (in de nabijheid van diezelfde groenteboer) ook een groentezaak te beginnen. Hierdoor wordt de concentratie van het aantal groenteboeren te groot waardoor een overschot ontstaat in de markt en de winstmarges van de groenteboeren te klein worden om te kunnen blijven bestaan. Ongeveer 9 tot 11% van de startende etnisch ondernemers gaat failliet door een gebrek aan fiscaal juridische kennis. Met de komst van een tweede generatie etnisch ondernemers wordt een gedeelte van het probleem vanzelf opgelost. Het eerste deel van het probleem wordt al opgelost doordat de tweede generatie etnisch ondernemers in andere dan de voor etnisch ondernemers klassieke branches een bedrijf begint. Het tweede deel van het probleem wordt opgelost doordat de tweede generatie met name in de zakelijke dienstverlening een bedrijf begint. In potentie lossen ze daarmee dus ook een gedeelte van het probleem van de eerste generatie (een gebrek aan fiscaal juridische kennis) op<sup>2</sup>. Er is echter niet direct zicht op hoe groot en belangrijk deze trend is. Het is op dit moment niet helemaal duidelijk in hoeverre hierdoor de problemen in het etnisch ondernemerschap afnemen en of er dus naar nieuwe beleidslijnen op dit vlak moet worden gekeken.

Uit de discussie blijkt dat problemen in het etnisch ondernemerschap sowieso moeten worden verholpen door een overheid, die voornamelijk faciliteert. Het uitgangspunt daarbij is dat dat in eerste instantie vanuit traditionele organisaties, zoals de Kamer van Koophandel (KvK), gebeurt. Uit de discussie volgt een lijst van faciliterende maatregelen, die redelijk overeenkomt met een 11-punten lijst die volgt uit onderzoek van ITS Nijmegen (2007):

- Een eerste mogelijkheid om etnisch ondernemers meer persoonlijk te benaderen is **via informele contacten**. Men kan als adviseur de wijk inlopen, een bedrijf binnenstappen en kennis maken met de ondernemer. Ten tweede kan de adviseur naar bijeenkomsten gaan, waar nieuwe ondernemers bij elkaar komen, bijvoorbeeld bij een winkeliersvereniging of bij een voorlichtingsavond van de gemeente. Men kan nieuwe ondernemers ook in informele sfeer ontmoeten tijdens open dagen, straatacties, festivals, braderieën en dergelijke.
- Organiseer **starterbijeenkomsten**. Bijeenkomsten voor (grotere) groepen ondernemers is iets wat KvK's en brancheorganisaties al veel doen en waar ze ook faciliteiten voor hebben.
- Het opzetten van **mentorprojecten** met coaches uit allochtone of autochtone kring blijkt in de praktijk vaak goed te werken. Bij mentorprojecten worden nieuwe ondernemers die een bedrijf starten gekoppeld aan een al ervaren ondernemer, die een tijd lang als coach van de nieuwe ondernemer kan optreden.
- Schakel **georganiseerde en professionele intermediairs** in. Individueel benaderen van nieuwe ondernemers kost veel tijd en is – bij beperkte capaciteit – niet altijd haalbaar. Diverse KvK's doen daarom een beroep op organisaties uit eigen kring om nieuwe ondernemers te benaderen.
- In diverse regio's is men de laatste jaren meer werk gaan maken van het opzetten van **interculturele verenigingen en netwerken**. Dat past in een bredere trend van verschuiving van een doelgroepgerichte benadering, waarbij verenigingen uit eigen kring worden ondersteund, naar een meer integrale benadering. Daarbij wordt meer aandacht gegeven aan stimulering van initiatieven die proberen verbindingen te leggen tussen ondernemers en verenigingen uit verschillende groepen.
- Een werkwijze die door een aantal KvK's en brancheorganisaties in de praktijk met succes wordt toegepast is het inschakelen van **intermediairs uit eigen kring** om etnisch ondernemers beter te bereiken. Daarbij zijn er in principe twee mogelijkheden:
  - in dienst nemen van allochtone consultants intermediairs
  - inschakelen van allochtone bureaus als intermediairs.
- **KvK's** openen **kleine dependances in wijken** waar veel etnisch ondernemers gevestigd zijn. Dit soort projecten is al gestart in de G4. Hier liggen ook mogelijkheden voor andere steden met relatief veel etnisch ondernemers.

<sup>1</sup> 'Monitor nieuw ondernemerschap 2006' (2007) EIM, p. 55

<sup>2</sup> '[Samen werken met nieuwe ondernemers](#)' (2007) ITS – Radboud Universiteit, p. 11

- Bij verschillende Wijk in Bedrijf projecten zijn de KvK's al partner in een breder initiatief, waaraan ook gemeenten deelnemen. In de grote steden zijn onlangs **nieuwe partnerschappen** opgezet in het kader van PiNO, Partners in Nieuw Ondernemerschap, waaraan ook nog andere partners meedoen, zoals lokale banken en de belastingdienst. De PiNO-projecten zijn expliciet op etnisch ondernemers gericht.
- Benader ondernemers via **adviseurs en accountants**. Tot nu toe zijn werkwijzen besproken waarbij ondernemers direct worden benaderd. Een andere aanpak is ondernemers niet direct te benaderen maar via hun adviseurs, in dit geval hun boekhouders en accountants.
- Probeer etnisch ondernemers meer bij **brancheverenigingen** te betrekken.
- Lever **maatwerk** bij de benadering van nieuwe ondernemers. Het zal duidelijk zijn dat er geen standaardwerkwijze is die KvK's en brancheorganisaties kunnen toepassen bij het benaderen, bereiken en binden van nieuwe ondernemers. Maatwerk is geboden. Instellingen zullen werkwijzen moeten ontwikkelen die zo goed mogelijk zijn afgestemd op de situatie in het eigen werkgebied c.q. de eigen branche.

De volgende punten zijn meer gericht op economische kansen die volgen uit etnisch ondernemerschap:

- Probeer **economische netwerken** van allochtonen met die van autochtonen te verknopen, zowel op niveau van economische activiteit als op ondersteunend vlak.
- Stimuleer het werken van meer **niet-westerse allochtonen bij grote bedrijven** zodat bij eventuele *spin off* of *spin out* nieuwe etnische ondernemingen ontstaan met veel ervaring. Dit is innovatie zoals die ook plaatsvindt in de rest van de Nederlandse economie.
- **Microkrediet is niet interessant** als generiek beleid. Het gaat tegenwoordig over etnische ondernemingen met een omzet groter dan 150.000 euro, terwijl het bij microkrediet gaat het om bedragen van rond de 45.000 euro.

#### Mogelijkheden tot nieuwe gekleurde wijken en Citymarketing

Het derde deel van de discussie is iets korter en gaat over de mogelijkheden die etnisch ondernemerschap biedt om een nieuwe gekleurde wijk te laten ontstaan. Bekende voorbeelden zijn tot nog toe vooral Amerikaans, bijvoorbeeld de Chinatowns, als gevolg van oude migratie naar de V.S. Denk hierbij aan Chinezen, Italianen, Russen en Ieren. Met de groeiende concentratie van etnisch ondernemers worden ook in Nederland kansen gezien op dit vlak. De vraag: wat kan de rol van de overheid hierin zijn?

Een interessant voorbeeld dat wordt aangehaald en waarvan kan worden geleerd is het Chinatown aan de Zeedijk in Amsterdam. Dit project is eigenlijk ontstaan door toeval. De gemeente wilde aldaar de problemen, in de sfeer van openbare orde en ruimte, aanpakken. Daarbij werd zij geholpen door de lokale Chinese middenstad die daarin nieuwe kansen zag. Het is vooral de Chinese middenstand die heeft geïnvesteerd. Van die ontwikkeling profiteert de gemeente nu ook. Etnische wijken laten zich nauwelijks creëren, maar ontstaan vooral bottom-up. Een tweetal voorwaarden kan lijden tot een succesvolle etnische wijk, die zelfs als zodanig gepromoot kan worden om investeringen en toeristen aan te trekken.

- In eerste instantie moet er een substantieel aanbod zijn van kleine etnische gerelateerde ondernemingen. Belangrijk hierbij is dat het gaat om een sectorale variëteit. Dus niet tien cafés en twintig restaurants, maar een aanbod over de volle breedte: restaurants, hotels, detailhandel, financiële dienstverlening et cetera.
- Daarnaast is het belangrijk dat de overheid, vaak de gemeente, haar eigen taken goed naleeft. Dat betekent het beheer van de openbare ruimte, het handhaven van de openbare orde en, meer algemeen, het verknopen van kennis waar nodig.

Raffaël Argioli, analist Nicias Institute