

## ONDERZOEKSBEVINDINGEN

**Onderwerp:** Etnisch ondernemerschap in de stad Utrecht

Afgelopen najaar hebben Saluti Utrecht en Art.1 Midden-Nederland een onderzoek laten uitvoeren naar etnisch ondernemerschap in de stad Utrecht. De onderzoeksvraag is: *wat zijn de wensen en behoeften van etnisch ondernemers?* Sinds enkele jaren ontvangt Saluti Utrecht signalen dat etnisch ondernemers het moeilijker hebben dan ondernemers met een Nederlandse achtergrond. Economische en sociale potentie worden niet benut, etnisch ondernemers hebben meer last van persoonlijke en sociale druk en vergaande segregatie vindt plaats. De wens is om deze groep etnisch ondernemers in kaart te brengen. Het is onduidelijk hoe groot deze groep in Utrecht is.

Daarom is er een kleinschalig, kwalitatief vooronderzoek opgezet. Er is gesproken met 21 ondernemers, werkzaam op de Amsterdamsestraatweg, de Kanaalstraat, de Vasco da Gamalaan en de meubelboulevard (Kanaleneiland) en bedrijventerrein Nieuw-Overvecht. De meeste van hen zitten in de detailhandel (7), horeca (5) of overige dienstverlening (6) en behoren tot het MKB. Er is voornamelijk met kappers, grillrooms, restaurants, supermarkten en modezaken gesproken. Aangezien het een kleinschalig onderzoek is, dient er meer onderzoek te komen om sommige bevindingen steviger neer te zetten. Wel dienen deze bevindingen als een inventarisatie van geluiden die de gemeente niet mag missen. Daarmee hebben deze bevindingen een belangrijke signaleringsfunctie.

De onderwerpen die zijn besproken, zijn de economische fundering van de onderneming, de verhouding van de ondernemers met andere ondernemers en officiële instanties, de stand van de wijk en de eventuele problemen die zich daar voordoen en als laatste de verbeteringen om het ondernemer-zijn te vergemakkelijken. Dit heeft geleid tot bevindingen op de volgende vijf thema's:

### 1. De toenemende segregatie bij ondernemers en de wijken.

*Ondernemers zien vergaande segregatie in de wijken waar hun onderneming gevestigd is.*

- Ondernemers zien het imago van de wijk, leegstand, ontbrekende gezelligheid en een eentonig winkelaanbod als belangrijke factoren voor de groeiende segregatie tussen mensen met een migratieachtergrond en mensen met een Nederlandse achtergrond.
- Het belang van een diverse klantenkring wordt door iedereen erkent, maar ondernemers uit Kanaleneiland en Overvecht vinden het niet eenvoudig om een divers winkelpubliek aan te trekken, de samenstelling van de wijk is nu eenmaal niet zo divers. Hiermee houdt het dus voor hen dan ook enigszins op, ze lijken geen moeite te doen om hun winkelaanbod aan te passen om dit wel te bewerkstelligen.
- Etnisch ondernemers, voornamelijk die van de Kanaalstraat en de ASW, geven aan dat ze proberen om Nederlandse klanten te trekken. Arabische modezaken proberen bijvoorbeeld hun aanbod te verwestern, horeca er hipper uit te laten zien en kappers meer een luxe ervaring te verkopen. Ze voelen zich tegengehouden in hun potentie door ondernemers die dit niet doen en een gemêleerd publiek tegenhouden en hopen dat dit soort winkels verdwijnen.
- Op de ASW zijn ondernemers niet te spreken over het huidige winkelaanbod, waarbij er te veel dezelfde type winkels zijn (grillrooms, kappers e.d.). Dit linkt ook aan het vorige punt. Er is daarnaast veel leegstand en achterstallig onderhoud. Nederlandse ondernemers en klanten trekken hierdoor weg, wat een omzetvermindering betekent voor de etnisch ondernemer en verdere leegstand, eentonigheid en achterstallig onderhoud in de hand werkt.

*“De ASW is inmiddels meer een autoweg dan een winkelstraat. De gezelligheid ontbreekt.”*

### 2. De interactie tussen ondernemers met een Nederlandse en een migratie achtergrond.

*Ondernemers geven doorgaans aan goed contact te hebben met ondernemers van Nederlandse achtergrond, zij bevinden zich echter niet in dezelfde netwerken.*

- Er is weinig interactie tussen ondernemers met een Nederlandse en een migratie achtergrond, aangezien ze niet deel uit maken van dezelfde netwerken.
- Bijna alle ondernemers geven aan dat ze goed contact hebben met hun collega-ondernemers in de buurt, maar toch is 82% van de respondenten geen lid van een ondernemersvereniging.
- Op de ASW geeft men aan dat de ondernemersvereniging toch niets voor elkaar krijgt, want gesprekken over het parkeerbeleid – hun grootste ergernis – met hen en de gemeente hebben niets opgeleverd. *Waarom zouden we dan lid worden*, is hun vraag.
- Zes respondenten zijn wel lid. Op de Kanaalstraat zijn dat vier van de zes respondenten. Het is opvallend dat deze vier allemaal jong en/of tweede generatie migrant zijn. De twee andere respondenten uit Kanaleneiland en van de ASW die lid zijn van de ondernemersvereniging zijn van middelbare leeftijd. Uit Overvecht was niemand lid.

### **3. Etnisch ondernemers in relatie met de gemeente en andere publieke instanties.**

*Alle respondenten, op een enkeling na, geven aan geen discriminatie te ervaren of echt problemen te hebben met reguliere, professionele instanties. Wel ontbreekt het vertrouwen in de gemeente.*

- Veel respondenten geven aan dat het zijn van etnisch ondernemer niet moeilijker is dan voor andere ondernemers, zeker niet als je gewoon aan de regels houdt.
- Hier wordt aan toegevoegd dat het in de horeca iets anders ligt. BIBOB onderzoeken duren soms erg lang, wat financiële implicaties geeft. Dit gebeurt volgens meerdere respondenten verdacht vaak bij etnisch ondernemers. Het demotiveert ondernemers en voelt oneerlijk aan.
- Respondenten in Overvecht en op de Vasco da Gamalaan geven aan dat ze nog nooit iemand van de gemeente langs hebben gehad, om te vragen hoe alles gaat en of ze ergens nog hulp bij nodig hebben. Hier hebben ze naar eigen zeggen wel behoefte aan.
- Wat de meeste respondenten bezighoudt, is het dure parkeerbeleid, eentonig winkelaanbod, leegstand, het imago van de wijk, afval en in Zuidwest de grote overlast van hangjongeren.
- Ze zeggen niet betrokken te worden door de gemeente bij o.a. geplande herinrichtingsplannen en hebben het gevoel dat ze niet worden gehoord. Vooral in Overvecht en Kanaleneiland hebben de ondernemers hierdoor weinig vertrouwen in de bedoelingen van de gemeente.
- Hierdoor gaan zij zich meer richten op de eigen groep en vragen zij mogelijk geen ondersteuning van instanties bij hun een onderneming. Dit draagt er onder andere aan bij dat de etnisch ondernemers vaker zonder goede fundering starten, een eenzijdige klantenkring hebben en de professionele kanalen voor ondersteuning niet vinden.
- In het algemeen vindt men het ondernemersklimaat in Nederland en specifiek Utrecht slecht. Veel ondernemers hebben niet het gevoel dat de gemeente er voor hen is, hen niet belangrijk vindt en het hen alleen maar moeilijk maakt. Dit zou volgens ondernemers anders zijn in Rotterdam en Amsterdam.

*“De gemeente doet niet hun best om alles goed te kunnen regelen. De sfeer in Kanaleneiland wordt alsmaar erger.”*

### **4. Financiële weerbaarheid van etnische ondernemers.**

*Etnisch ondernemers hebben gemiddeld een lager inkomen dan ondernemers met een Nederlandse achtergrond. Opvallend is hier dat de niet-westerse ondernemers gemiddeld minder inkomen hebben dan ondernemers met een westerse migratieachtergrond. Daardoor zijn ze kwetsbaarder.*

- Sommige ondernemers geven aan dat arbeidsdiscriminatie/het niet kunnen vinden van werk dient als motivatie voor sommige mensen met een migratieachtergrond om ‘dan maar’ een onderneming te beginnen. Dit gold niet voor de respondenten, zij gaven doorgaans aan te zijn gestart met de onderneming vanuit een ondernemingsplan en een visie, niet als plan B.

- Het is onduidelijk hoeveel ondernemers voor een lening bij de bank of bij vrienden en familie kiezen. Vooral Turkse ondernemers geven aan dat lenen bij familie de standaard is binnen de Turkse gemeenschap. Bij de vraag waarom, is het antwoord vaak *“omdat het zo is, dat is gebruikelijk”*. Een enkeling geeft aan dat hij de bank niet vertrouwd en daarom van familie leent.
- Zij die lenen bij familie of vrienden geven aan dat dit ook hun back-up plan is als de omzet zou tegenvallen of er een nieuwe economische crisis zou uitbreken.

### 5. Etnisch ondernemers en hun sociale potentie.

*Uit eerder onderzoek kwam naar voren dat etnisch ondernemers een sociale potentie hebben die ze niet altijd benutten. Zo kunnen ze bijdragen aan sociale stabiliteit in de wijk door het bevorderen van een inclusieve arbeidsmarkt, voor toegankelijkheid en cultuursensitiviteit.*

- De ondernemers zien hun eigen sociale rol en potentie als beperkt. Het stimuleren van de wijk economie, de sociale cohesie, het aantrekkelijk maken van de straat en het winkelaanbod wordt niet gezien als hun eigen verantwoordelijkheid. De ondernemers vinden dat het de verantwoordelijkheid van de gemeente is om deze problemen (zie punt 3) te tackelen en daarmee de wijk economie en de sociale cohesie te verbeteren. Voornamelijk in Overvecht komt dit geluid sterk naar voren.
- De niet waar gemaakte verwachtingen van de gemeente maakt de ondernemers wantrouwig. De etnisch ondernemers die deze onvrede uitspreken, nemen doorgaans zelf geen initiatief om hun sociale potentie te benutten, weten überhaupt dat hier een rol voor hen is weggelegd en zijn daarnaast ook niet via de traditionele kanalen te bereiken.
- Een enkele ondernemer geeft aan dat etnisch ondernemers weinig doen om hun onderneming (vooral in de Retail en horeca) aantrekkelijk te maken in het straatbeeld (denk hierbij aan de voorgevel of etalages), omdat zij niet weten dat dit de wijk positief kan beïnvloeden. De eigen verantwoordelijkheid wordt hier niet gepakt, ook door een stuk onwetendheid.

*“Er is hier nog nooit iemand van de gemeente geweest om te vragen hoe het gaat en waar ik als ondernemer tegen aan loop. Ik vind dat raar.”*

### Conclusies

Dit onderzoek laat zien dat er op het gebied van ondernemerschap in Utrecht sprake is van etnische segregatie. Deze segregatie uit zich in kenmerken van de ondernemingen, de klantenkring en de ervaren nabije publieke ruimte. Ook blijken deze ondernemingen in de regel weinig aansluiting te vinden bij de formele reguliere netwerken. Het contact met zowel officiële ondernemersnetwerken, financiële instanties als de gemeente is beperkt. Het beeld dat uit de interviews naar voren komt is weinig optimistisch. Veel etnisch ondernemers zien de directe omgeving (en daarmee het ondernemersklimaat) achteruit gaan, maar voelen zich onmachtig om hieraan zelf iets te doen. Toch zouden ze wel in gesprek met de gemeente willen om hiervoor samen oplossingen voor te vinden. De gesproken ondernemers merken op dit gebied echter weinig van de gemeente. Deze afwezigheid leidt tot frustratie en een zeker pessimisme over de mogelijkheden de sociale cohesie en economische vitaliteit in de buurt te verbeteren. Een grotere betrokkenheid en gerichte ambitie vanuit de gemeente om hiervoor samen met deze ondernemers oplossingen te zoeken, blijken zodoende een noodzakelijke eerste stap om de gesignaleerde negatieve ontwikkelingen een halt toe te roepen.

### Advies

Saluti en Art.1 Midden Nederland menen dat de gemeente de bevindingen uit dit vooronderzoek serieus moet nemen. Er is voldoende basis voor verdiepend onderzoek, gericht op de verbetering van de positie

van etnisch ondernemers en handvaten om de verhouding tussen de hen en de gemeente te versterken. De volgende onderwerpen dienen onderzocht te worden:

1. De financiële weerbaarheid van etnisch ondernemers;
2. De rol van etnisch ondernemers in het MKB bij het verbeteren van het sociale klimaat in de wijk;
3. Hoe de rollen en verwachtingen tussen etnisch ondernemers en de gemeente af te stemmen.