

Veel van de eerste generatie migranten van Marokkaanse of Turkse afkomst zijn, soms uit noodzaak, begonnen met een klein winkeltje. Ondertussen heeft ook de tweede generatie het ondernemerschap ontdekt. Hoe doen deze mensen het? Hebben ze dezelfde motieven? Dat zijn de vragen waarop de onderzoekers van de Universiteit Antwerpen een antwoord zochten. Wat blijkt?

De tweede generatie pakt het professioneler aan en beschouwt zijn zaak als succesvoller.

Economie

Onderzoekers bevragen 166 Antwerpse migrantenondernemers

Tweede generatie kent meer succes

Sari Anil nam groentewinkel van zijn vader over en maakte er een compleet nieuwe zaak van

“Ja, ik ben ambitieus”

Sari Anil behoort niet alleen tot de tweede generatie van allochtone afkomst, maar is ook de tweede generatie zaakvoerder. Hij nam de groentewinkel van zijn vader over en maakte er een totaal andere zaak van. Ondertussen heeft Sari drie zaken en stelt hij drie mensen tewerk. “Ik wil nog meer zaken openen. Ja, ik ben ambitieus”, zegt Sari (27).



Sari Anil droomt ondertussen al van een keten van Stockerwinkel.s FOTO FREDERIK BEYENSFRBE

• Erol Anil, vader van Sari, opende 25 jaar geleden een groente- en fruitwinkel op het Antwerpse Zuid. Tien jaar later verhuisde hij naar de Nationalestraat en opende de voedingswinkel Erola.

“Het was zeer elementair”, herinnert Sari zich. Als kind hielp hij geregeld in de winkel. “Mijn vader had geld gespaard, maar kon ook rekenen op steun van de familie. Mijn oom Ayhan Ali hielp vanaf de eerste dag mee. De winkel telde veel vaste klanten.”

Sari volgde handel in het secundair onderwijs. Toen hij afstudeerde, twijfelde hij: verder studeren of gaan werken.

“Mijn vader hoopte dat ik verder zou studeren, maar ik zag dat niet zitten”, zegt Sari. “Tegenover de groentewinkel van mijn vader opende ik een winkel met beddengoed. Ondertussen waren er in de buurt supermarkten bijgekomen. Het werk in de winkel werd ook te zwaar voor mijn vader. Hij werkte 14 uur per dag en wou meer vakantie. Uiteindelijk nam ik zijn zaak over.”

Sari stopte met de verkoop van groenten en fruit. Een groentewinkel was niet alleen veel werk, de concurrentie was ook te groot geworden. De winkel heet nu Stocker. Speelgoed, snoep, parfum, T-shirts, schrijfgerei... je kunt het er allemaal kopen. In Sari's eerste winkel wordt nu naast beddengoed vooral huisgerief verkocht.

Reclame via sociale media

“Ik specialiseerde mij in eenmalige aanbiedingen”, zegt Sari. “Ik ben een echte verkoper. Onze winkels zijn budgetvriendelijk en volks. In 2015 is dat niet onbelangrijk. Bovendien maak ik gebruik van sociale media om reclame te maken.”

Intussen heeft Sari in Hoboken ook een magazijn, waar hij aan stockverkoop doet. “Ik ben ambitieus”, zegt Sari. “Ook buiten de stad Antwerpen wil ik op termijn Stocker-winkels openen.”

Oom Ayhan Ali helpt nog altijd in de winkel. “Het is nu veel aangenaamer werken”, zegt Ayhan. “Toch ben ik soms nostalgisch. Erol en ik waren pioniers. Ik mis soms het schikken van de appels en tomaten.” (lacht)

SACHA VAN WIELE



Onderzoekers Joris Michielsens en Dries Lens. FOTO JAN VAN DER PERRE

Zes op de tien stellen vijf mensen tewerk

Ondernemers van Maghrebijnse afkomst van de tweede generatie en actief in de dienstensector omschrijven zich als meer succesvol. “Zij hebben een groter professionalisme”, zegt onderzoeker Dries Lens.

• Onderzoekers Dries Lens en Joris Michielsens van de Universiteit Antwerpen deden een bevraging bij migrantenondernemers voor het Vlaams Steunpunt Inburgering en Integratie. Zij bevroegden 166 ondernemers met wortels in Maghreblanden, het Midden-Oosten en andere landen van buiten de Europese Unie. Er werd gepeild bij zowel de eerste als de tweede generatie migranten. De focus lag op zaakvoerders in Antwerpen. 9388 of 34 procent van de zelfstandigen in Antwerpen heeft een buitenlandse afkomst.

Van de eerste generatie ondernemers is 44 procent actief in de klein- en groothandel. Bij de tweede generatie zakt dit naar 32 procent. “Bij de tweede generatie zijn er meer bedrijven die actief zijn in de industrie en bouw, en diensten aan bedrijven”, zegt Lens. “Bijna zes op de tien van de

bedrijven met een tweede generatie zaakvoerder stellen tot vijf mensen tewerk.”

Onafhankelijk en creatief

Bij beide generaties is onafhankelijkheid en creativiteit een belangrijke drijfveer om met een zaak te starten maar er zijn ook verschillen naar motivatie.

“Bij de eerste generatie haalt 42 procent discriminatie aan”, zegt Lens. “Dit zakt bij de tweede generatie naar 22 procent. Veel lager, maar toch nog voldoende om er verder onderzoek naar te voeren.”

De tweede generatie maakt meer dan de eerste generatie gebruik van de formele netwerken voor bijvoorbeeld de financiering of het aantrekken van werknemers.

“We zien ook een verschil in hoe de ondernemers van de verschillende generaties hun bedrijf ervaren”, zegt Lens. “Bij de eerste generatie zegt 30 procent dat hun zaak succesvol is, terwijl dat bij de tweede generatie het dubbele is. Onze studie toont aan dat migrantenondernemers veelzijdig zijn met grote verschillen naar afkomst en generatie. Verder onderzoek dringt zich op.” (svw)

“Ondernemerschap zit bij sommigen ingebakken”



FOTO IF

• Nico Volckeryck, voorzitter Unizo Antwerpen stad, is niet verrast. “Binnen bepaalde culturen zit het ondernemerschap gewoon ingebakken”, zegt Volckeryck. “Migranten van de tweede generatie komen vaker naar onze opleidingen of naar netwerkavonden van Unizo. Ze spelen ook vlotter in op de nieuwe technieken, zoals e-commerce. Een ondernemer met allochtone wortels heeft een extra voordeel. Sommigen voeren handel met het thuisland van hun ouders. Dat werkt in twee richtingen. Ze zijn ook actief in steeds meer sectoren. Deze ondernemers bouwen echt wel mee aan de welvaart.” (svw)