



## Hoe vergaat het ondernemende migranten in de periode van corona?

### *De succesvolle ondernemers zullen doorgaan met wat ze reeds kennen: overleven.*

Ondernemers met een migratieachtergrond zijn over het algemeen snelle leerlingen die hun tijd en middelen optimaal benutten. Het zijn probleem aanpakkers die houden van een uitdaging. Voor de meeste van hen geldt dat alles draait om overleven. Ze hebben een bedrijf opgericht in een vreemd land, meestal niet van hun keuze, en komen uit een gebied waar politieke onrust of oorlog heersen. Door eigen baas te zijn kunnen ze langer werken, flexibeler zijn en meer verdienen.

Wanneer iemand zich in een nieuw land vestigt als ondernemer, biedt dat mogelijkheden en uitdagingen. Het is een kans om nieuwe waarden en overtuigingen te omarmen, nieuwe manieren van denken en doen te leren en nieuwe bedrijfsregels en -processen te begrijpen. In de meeste gevallen doen nieuwkomers dat ook direct in de nieuwe taal. Taalvaardigheid en interculturele vaardigheden zijn erg belangrijk voor hen. Kennis van de taal van het nieuwe land draagt bij aan een goede integratie en de ontwikkeling van het bedrijf. Dit geldt niet alleen voor de omgang met klanten en leveranciers, of collega's of werknemers, maar is ook erg belangrijk voor het contact met lokale autoriteiten en overheidsinstanties. Integratie op het gebied van taal en cultuur helpt ook bij het gevoel deel uit te maken van de lokale gemeenschap en geeft meer inzicht in de cultuur van het gastland.

Onderzoek in zes Europese landen (Bulgarije, Italië, Nederland, Spanje, Zweden en het VK) wees uit dat, ondanks de verschillende regels die de landen aan hun ondernemers stellen wat betreft de ondersteuning en de wetgeving die op migranten van toepassing zijn bij het opzetten van een bedrijf, er een aantal belangrijke overwegingen zijn die voor alle nieuwe ondernemers hetzelfde zijn, ongeacht het land waarin ze zich vestigen en hun land van herkomst. En deze worden nu allemaal acuter gezien in het licht van een pandemie.

### *Ondernemende migranten nemen grote risico's*

Naar een nieuw land verhuizen, een nieuwe taal en cultuur leren jezelf eigen maken en jezelf aanpassen aan nieuwe regels en omgangsvormen, dat betekent dat deze mensen het grootste risico's in hun werkende leven nemen. Dit risico heeft gevolgen voor henzelf en hun familie, of die laatste nu meekomen naar het nieuwe land of niet. Maar op de een of andere manier zetten ze deze risico's om in kansen, door open te staan voor het nieuwe, hard te werken en gefocust te blijven op hun doelen.

Tijdens de nationale lock-downs bleven de ondernemers met een migratieachtergrond hun diensten aanbieden door risico's te nemen. Hetzij door 'defensief' te opereren, zoals sommigen dat noemden, door diensten en personeel te verminderen, of hun eigen salarissen te verlagen om kosten te dekken. Maar ook door juist 'aan te vallen'; door hun eigen grenzen te verleggen door bijvoorbeeld online zaken te gaan doen, de focus verleggen en nieuwe werkgebieden uitproberen, bijvoorbeeld het verkopen van nieuwe producten die verband houden met het virus, zonder zeker te weten of dit goed verkoopt.

### *Ondernemende migranten zijn flexibel en wendbaar*

Ongeacht de sector waarin deze ondernemers opereren, ondernemers met een migratieachtergrond tonen een hoge mate van flexibiliteit en aanpassingsvermogen aan nieuwe omgevingen.

Degenen die het meest succesvol waren, zijn degenen die in staat waren om hun eigen bedrijf flexibel te benaderen, die tegen alle verwachtingen in zich konden ontwikkelen en groeien, leerden van



tegenslagen en oplossingen vonden voor elk probleem. Corona is hiervan het beste voorbeeld: mensen in de horeca zijn snel overgestapt op online diensten of bezorg- / afhaalmenu's, waarbij ze hun diensten en werkmethoden aanpasten en daarmee in veel gevallen de lokale gemeenschappen ondersteunden.

### *Ondernemende migranten zijn trouw aan hun lokale gemeenschap*

Over het algemeen genomen zijn ondernemers met een migratieachtergrond goed in netwerken. Ze bouwen meestal lokale relaties op, vaak binnen de context van een lokale migrantengemeenschap. Dit helpt bij het opbouwen van vertrouwen en het creëren van relaties voor zowel zakelijke als familiäre banden. Maar degenen die een stapje extra doen en zich mengen in zowel de lokale migrantengemeenschap als de autochtone bevolking, hebben het hoogste succespercentage.

De ondernemers die tijdens de pandemie in staat waren om in contact te komen met liefdadigheidsinitiatieven om de meest behoeftigen te ondersteunen, zoals ouderen, kinderen en sleutelwerkers op school en mensen die in armoede leefden, werden het meest gewaardeerd door hun medemigranten, vrienden en de bredere lokale gemeenschap. Zij zullen ook degenen zijn die het effect van hun inspanningen zullen zien in de manier dat hun bedrijf op grotere schaal zal groeien.

De toekomst ziet er voor veel ondernemers met een migratieachtergrond misschien niet eenvoudig uit, aangezien rapporten als gevolg van de pandemie een daling laten zien in sommige bedrijfssectoren. De horeca en de podiumkunsten lijken het meest getroffen te worden, maar naarmate we overgaan naar een tweede fase van lokale of nationale lock-downs in veel Europese landen, zullen ook veel kleine bedrijven daaronder lijden. De succesvolle ondernemers zullen doorgaan met wat ze reeds kennen: overleven.

Maar terwijl ze dat doen, weten ze ook dat de pandemie de manier waarop ze hun bedrijf runnen voor altijd zal zijn veranderd. Degenen die nooit eerder hun diensten online aanboden, denken er nu serieus over om dit wel te doen. Degenen die tot nu toe niet hebben overwogen om van product of klant te veranderen, maken al plannen om dat wel te doen. En degenen die weinig contact hadden met de lokale bevolking en 'veilig' bleven in hun bubbel met andere medemigranten, denken nu misschien wel twee keer na over hun benadering van de lokale gemeenschappen.

Welke aanpak ze ook kiezen, ze weten dat het niet gemakkelijk zal zijn. Het coronavirus heeft hen weer geleerd om gefocust, waakzaam en flexibel te blijven.

*Dit artikel is tot stand gekomen na onderzoek als onderdeel van het project **ALMA: Access to Language Methods for Increasing Migrants' Abilities to Start Their Own Business**. ALMA is een Europees samenwerkingsproject gericht op het stimuleren van migranten om een nieuw bedrijf op te zetten en hen praktische richtlijnen te geven om hun bedrijf succesvol te runnen. Het project wordt medegefinancierd door het EU-initiatief Erasmus+ en brengt een partnerschap samen uit zes landen: Bulgarije, Italië, Nederland, Spanje, Zweden en het VK.*