

Ilse Goffin

Prof. dr. Mieke Van Haegendoren



Diane



Focusgroepen ondernemerschap

December 2003

SEIN/2004/03

D/2004/2451/3

ISBN 9075262418

ESF: bijdragen tot de ontwikkeling van de werkgelegenheid door het bevorderen van inzetbaarheid, ondernemerschap, aanpasbaarheid en gelijke kansen en door het investeren in menselijke hulpbronnen.



Voorwoord

In november 2002 startte Sein in opdracht van het Centrum voor Zelfstandig Ondernemende Vrouwen (CEZOV) een onderzoek naar vrouwelijk ondernemerschap.

Het onderzoek omvat een kwalitatief en een kwantitatief luik. Het kwalitatieve luik is gebaseerd op focusgroepen met deskundigen op het gebied van vorming, financiering en ondersteunende diensten. Het kwantitatieve luik betreft een enquête bij mannelijke en vrouwelijke ondernemers. In dit rapport komen de bevindingen van de focusgroepen aan bod. De resultaten van de enquête zijn gepubliceerd in het rapport 'Ondernemers: wie zijn ze en wat doen ze?'.

Graag willen wij alle deelnemers aan de focusgroepen bedanken voor hun enthousiaste en deskundige medewerking! Ten slotte ook onze dank aan de ondernemers die ondanks hun druk werkschema toch even de tijd namen om de vragenlijst in te vullen.

Inhoudstafel

HOOFDSTUK 1:	INLEIDING.....	1
HOOFDSTUK 2:	VOORBEREIDENDE FOCUSGROEPEN.....	1
2.1	LEIDRAAD	1
2.2	UITVOERING.....	2
2.3	ANALYSE.....	2
2.4	BEVINDINGEN	2
2.4.1	<i>Vorming.....</i>	3
2.4.2	<i>Financiering</i>	4
2.4.3	<i>Ondersteunende diensten.....</i>	5
2.4.4	<i>Profilering starters.....</i>	7
HOOFDSTUK 3:	FOCUSGROEPEN EN BELEIDSAANBEVELINGEN	8
3.1	UITVOERING EN ANALYSE.....	8
3.2	POLITIEKE AANBEVELING	8
3.2.1	<i>Het statuut van de ondernemer verbeteren.....</i>	8
3.3	AANBEVELINGEN ROND VORMING	9
3.3.1	<i>Beroepsprofielen evalueren en aanpassen</i>	9
3.3.2	<i>Het aanbieden van ‘een opleiding op niveau’.....</i>	10
3.3.3	<i>De zorgopleidingen uitbreiden met een luik ‘ondernemerschap’</i>	11
3.3.4	<i>Voldoende aandacht schenken aan ‘de praktijk’.....</i>	11
3.4	AANBEVELINGEN ROND BEELDVORMING.....	12
3.4.1	<i>Actieve acties</i>	12
3.4.2	<i>Informeren en sensibiliseren over de verschillende aspecten van ‘ondernemerschap’..</i>	13
3.4.3	<i>Evaluatie maken van het marketingplan van verschillende vormingsinstellingen en verbeterpunten aanbrengen voor de manier waarop zij aan PR doen.</i>	13
3.5	AANBEVELINGEN ROND SAMENWERKING EN ONDERSTEUNENDE DIENSTEN	14
3.5.1	<i>Coöperatieve structuren promoten.</i>	14
3.5.2	<i>Ondersteuningsinitiatieven expliciet gericht op Kleine Ondernemingen.</i>	15
3.5.3	<i>Zichtbaar maken van bestaande mogelijkheden.....</i>	15
3.5.4	<i>Centrum voor Zelfstandige Ondernemende Vrouwen omvormen tot organisatie met doorschakelfunctie.</i>	15
3.5.5	<i>Het oprichten van een ‘Ondernemerskliniek’.....</i>	16
3.5.6	<i>Combinatie van netwerking en vorming stimuleren</i>	16
3.6	AANBEVELINGEN ROND FINANCIERING	17
3.6.1	<i>Tante Agaath regeling in België.</i>	17
3.6.2	<i>Voldoende informeren over het te financieren kapitaal.</i>	17
3.6.3	<i>Verder promoten van het Participatiefonds.....</i>	18
3.6.4	<i>Werk maken van een waarborgregeling.</i>	18
3.6.5	<i>Het implementeren van een gedragscode naar banken toe.</i>	19
3.7	BESLUIT	19

HOOFDSTUK 1: INLEIDING

We organiseerden 2 rondes van focusgroepen. De eerste ronde vond plaats bij de aanvang van het project. Het doel van deze gesprekken was om na te gaan welke voorzieningen er bestaan op het vlak van vorming, financiering en ondersteunende diensten. Daarnaast organiseerden we focusgroep met ondernemende vrouwen en peilden naar hun ervaringen met deze voorzieningen. De tweede ronde van focusgroepen vond plaats nadat het kwantitatieve onderzoeksluik (de enquête) was afgerond. Op basis van de onderzoeksresultaten hebben de deelnemers aan de focusgroepen beleidsmaatregelen geformuleerd.

HOOFDSTUK 2: VOORBEREIDENDE FOCUSGROEPEN

2.1 LEIDRAAD

Voor iedere themagroep (vorming, financiering, ondersteunende diensten en ondernemende vrouwen) stelden we een leidraad op van een aantal hoofdvragen en thema's die we zeker wilden bespreken. In iedere focusgroep kwam aan bod:

- Het bestaande aanbod
- Manieren van promotie en bekendmaking
- Profilering van starters

De themagroep van ondernemende vrouwen had een andere invalshoek. We peilden eerder naar de manier waarop zij het vormingsaanbod evalueerden, hun mening over de verschillende financieringsmogelijkheden en andere ondersteunende diensten en hun ideeën en meningen over netwerken en netwerkdeelname.

2.2 UITVOERING

Aan de vier focusgroepen, die gemiddeld drie uur duurden, namen in totaal 22 personen deel. De moderator, een afwisselende taak tussen Prof. dr. Mieke Van Haegendoren¹ en Christine Van Nuffel², leidde het gesprek. Een onderzoeker van SEIN³ en een projectmedewerker van CEZOV zorgden voor een gestructureerde weergave van de groepsgesprekken. De gesprekken werden met een cassette recorder opgenomen. Op het einde van iedere focusgroep organiseerden we een broodjesmaaltijd waarmee we zorgden voor een informele afronding van het gesprek.

2.3 ANALYSE

De analyse van deze gesprekken gebeurt aanvankelijk door het opstellen van een uitgebreid verslag. De focusgroepen leveren een **aanzet** tot het opstellen van een inventaris met betrekking tot het bestaande aanbod op het gebied van vorming, financiering en ondersteunende diensten. Het aanbod is echter een dynamisch gegeven dat continu verandert. Het creëren van een volledig overzicht van het bestaande aanbod is een taak die gedurende de rest van de projecttijd opgenomen wordt. De gegevens zullen ter beschikking gesteld worden via de website www.amazone.be. Op deze manier kunnen de gegevens steeds geüpdatet worden. Verder zullen bevindingen en uitspraken, die gebeuren tijdens deze groepsgesprekken, opgenomen worden in het kwantitatieve deel, ter illustratie van de kwantitatieve bevindingen.

2.4 BEVINDINGEN

De bevindingen die hier geformuleerd worden zijn conclusies en opmerkelijke uitspraken, afkomstig van vier groepsgesprekken. Op basis hiervan moeten we dus voorzichtig zijn met veralgemeningen. Eerst komen de hoofdthema's aan bod: vorming, financiering en ondersteunende diensten. Ten slotte vermelden we enkele opmerkingen in verband met de profilering van starters. Uitspraken en bevindingen uit het groepsgesprek met vrouwelijke ondernemers zitten verweven in de overige hoofdthema's.

¹ Directeur van het Sociaal Economisch Instituut, verbonden aan het Limburgs Universitair Centrum

² Directeur van CEZOV, Centrum voor Zelfstandig Ondernemende Vrouwen

³ Sociaal Economisch Instituut

2.4.1 VORMING

- In het secundaire onderwijs besteedt men op verschillende manieren aandacht aan ondernemerschap. Zo wordt er bijvoorbeeld aandacht geschonken aan attitudes zoals creativiteit en ondernemerschap. Andere initiatieven, zoals het oprichten van een minionderneming, het organiseren van bedrijfsstages of bedrijfsbezoeken, komen niet in elke secundaire school voor. De organisatie van dergelijke initiatieven vraagt namelijk veel tijd.

Het is belangrijk om reeds vanaf zeer jonge leeftijd, vanaf het lager onderwijs, aandacht te besteden aan attitudes die gerelateerd zijn aan het ondernemerschap (creativiteit, ondernemen en zelfstandigheid).

- In het hoger onderwijs bestaan geen algemeen geldende eindtermen. Iedere instelling kan zelf de vakinhoud bepalen. Dit maakt het erg moeilijk om te zeggen welke aandacht onderwijsinstellingen nu precies besteden aan ondernemerschap.
- Het is voor jongeren niet duidelijk welke verschillende wegen leiden naar het zelfstandig ondernemerschap.
- Bepaalde organisaties bieden specifieke opleidingen aan voor vrouwen. De Vlerick Management School organiseerde in het verleden twee maal een cursus voor vrouwelijke bedrijfsleiders. Ook Impuls en Markant organiseren opleidingen voor een uitsluitend vrouwelijk publiek. Vrouwen moeten echter wel kunnen participeren in de overwegend mannelijke ondernemerswereld en mogen zich daarom niet vasthouden aan dergelijke gescheiden opleidingen.

Vrouwelijke ondernemers hebben een tegenstrijdige visie wat betreft gescheiden opleidingen. Sommige beschouwen het als niet echt noodzakelijk terwijl anderen denken dat de drempel om actief te participeren lager zal liggen bij gescheiden groepen.

- Het merendeel van de vrouwelijke ondernemers volgden de laatste tijd geen aanvullende cursussen of opleidingen. De belangrijkste reden hiervoor is gebrek aan tijd en gebrek aan kennis over het bestaande aanbod. Eén onderneemster dacht altijd dat ze geen tijd had voor het volgen van opleidingen maar nu

ondervindt ze dat dit haar juist energie geeft en haar denkwereld verruimt. Het thema 'Combinatie arbeid-gezin' daarentegen spreekt hen allen erg aan. Een cursus of een opleiding rond dit thema zouden ze erg zinvol vinden.

2.4.2 FINANCIERING

- Meer dan de helft van de problemen in verband met financieringsaanvragen vloeien voort uit het business plan. Een goed business plan is dus erg belangrijk. Het moet zo realistisch mogelijk zijn. Ook moet men vooruitdenkend zijn en bepaalde mogelijkheden of moeilijkheden in het kasplan opnemen. Het aandeel van het krediet ten opzichte van het eigen vermogen is ook een belangrijke factor.
- Startende ondernemers hebben aanvankelijk de indruk dat er veel mogelijkheden bestaan op het vlak van financiering. Deze verschillende mogelijkheden hebben ieder hun eigen criteria waardoor de keuze van startende ondernemer sterk beperkt wordt. Toch vindt men de verschillende financieringsmogelijkheden eerder complementair dan concurrentieel.
- Het Participatiefonds en het waarborgfonds zijn de belangrijkste spelers op de markt van het aanbieden van risicokapitaal.
- Het Participatiefonds biedt een viertal financieringsmogelijkheden aan. De meest voorkomende financieringsvorm, goed voor ongeveer de helft van de aanvragen, is de startlening. 39% van de aanvragen voor een startlening gebeurt door vrouwen. Dossiers, ingediend door vrouwen, hebben een slagingspercentage van 51% terwijl dossiers ingediend door mannen slechts kunnen rekenen op een goedkeuringskans van 46%.
- Financiële instellingen als kredietverleners zijn tegenwoordig selectiever dan vroeger. Zowel de terugbetalingcapaciteit, waarborgen en de verkoop van supplementaire producten zijn belangrijk.
- Starters ervaren de persoonlijke waarborgen als belangrijkste problematiek.

- Hefboom, een autonome onderneming die de oprichting en ontwikkeling van solidaire ondernemingen in Vlaanderen en Brussel ondersteunt, situeert zich op de markt van de sociale economie. Zij verschaffen kapitaal, advies en bijstand.

De terugbetalingcapaciteit van microkredieten bedraagt praktisch 100% bij vrouwen en ongeveer 60% bij mannen.

- De Limburgse Reconversie Maatschappij (LRM) verstrekt risicodragend kapitaal aan lokale en buitenlandse ondernemingen die in Limburg investeren. De ingediende dossiers worden streng gecontroleerd en beoordeeld: van de 180 ingediende en onderzochte dossiers werden er slechts 13 goedgekeurd.
- Tijdens het inventariseren van de verschillende financieringsmogelijkheden, bleek dat niet iedereen op de hoogte was van de bestaande mogelijkheden. Duidelijkheid naar alle aanbieders toe over de verschillende financieringsmogelijkheden is noodzakelijk om doorverwijzingen optimaal te laten functioneren.
- Tijdens het groepsgesprek met vrouwelijke ondernemers kwamen uiteenlopende meningen aan bod op het gebied van gelijke behandeling voor mannen en vrouwen door banken. Volgens sommigen bestaat er tegenwoordig geen verschil meer. Andere zijn er echter rotsvast van overtuigd dat een vrouw een grotere kans heeft op een positief antwoord wanneer zij terechtkomt bij een vrouwelijke bankier.

2.4.3 ONDERSTEUNENDE DIENSTEN

- Verschillende instanties leveren ondersteunende diensten aan startende of reeds gevestigde ondernemers.
- De accountant of boekhouder is voor een startende ondernemer vaak het eerste aanspreekpunt en vervult bijgevolg een belangrijke rol.
- Export Vlaanderen levert advies aan exporterende bedrijven. Zij leveren informatie, maar organiseren ook handelsmissies en prospectiereizen.

De deelname van vrouwen aan handelsmissies georganiseerd door Export Vlaanderen is zeer beperkt. Slechts 2 à 3% van de deelnemers is vrouw.

- De Gewestelijke ontwikkelingsmaatschappij (GOM) biedt zowel informatie en begeleiding aan en dit aan starters, KMO's en kandidaat-investeerders.
- De Kamers van Koophandel begeleiden startende ondernemers in hun activiteiten. De mate van begeleiding verschilt evenwel tussen de verschillende Kamers. Verder organiseren zij ook activiteiten zoals ondernemersontmoetingen ed.

De Kamer van Koophandel krijgt af en toe de opmerking dat weinig vrouwen deelnemen aan georganiseerde activiteiten zoals ondernemersontmoetingen

- Het VIZO biedt bedrijfsadvies naar starters toe.
- Het VIZO vervult een belangrijke doorverwijzingsfunctie. Bij vragen omtrent subsidies of startkapitaal kan het VIZO de startende of gevestigde ondernemer doorverwijzen naar de verantwoordelijke organisatie.
- UNIZO biedt advies, ondersteuning, peterschapsprojecten en tal van andere activiteiten, gericht op verschillende doelgroepen (starters, jonge ondernemers, groei-KMO's en internationaal actieve KMO's.
- Tegenwoordig zijn starters beter geïnformeerd dan vroeger. Ze zijn voor een groot deel al op de hoogte over de basisformaliteiten waardoor hun vragen dieper en specifiek zijn.
- Het groepsgesprek met ondernemende vrouwen brengt aan het licht dat het aanbod van ondersteunende diensten nauwelijks gekend is. Deze diensten zouden zichzelf beter bekend moeten maken. Het idee wordt geopperd om hier mee te starten in scholen. Een andere voorgestelde oplossing voor dit probleem is dat de verschillende organisaties hun krachten bundelen en zich gezamenlijk voorstellen aan startende ondernemers. Op die manier blijft de informatiestroom naar ondernemers beperkt.

Ook het aanbod van ondersteunende diensten op niet-economisch vlak, zoals kraamgeld, oppas zieke kinderen, ... is onbekend. Uit het groepsgesprek blijkt overigens dat er duidelijk nood is aan gesubsidieerde organisaties, aan homemanagers.

2.4.4 PROFILERING STARTERS

- Het onderscheid tussen mannen en vrouwen is het sterkst aanwezig bij opsplitsing naar sectoren. Wetenschappelijke, technische en industriële sectoren zijn vooral het domein van mannelijke ondernemers. Vrouwen vindt men vaker terug in sectoren zoals de horeca, detailhandel en verzorging en dienstverlening.

Het soort van ondersteunende dienst, die men kan aanbieden, is bijgevolg niet afhankelijk van het geslacht, maar eerder van de sector.

- Wanneer mannen en vrouwen kiezen voor het ondernemerschap, verschillen ze wat betreft hun motivatie. De combinatie arbeid-gezin speelt bij vrouwelijke starters een belangrijke rol.

Tijdens het groepsgesprek met ondernemende vrouwen komt deze motivatie meerdere keren naar voren. Het beroep als zelfstandige wordt omschreven als de ideale manier om de relatie arbeid-gezin te doen slagen.

- Vrouwen zijn in het algemeen voorzichtiger en strikter. Het zou kunnen dat ze hun eigen realisme onderschatten.

Tijdens het groepsgesprek met ondernemende vrouwen merkt iemand op dat vrouwen misschien wel het slachtoffer worden van hun eigen voorzichtigheid. Ze proberen vaak zo weinig mogelijk geld te lenen, maar hierdoor krijgen ze het later vaak moeilijker...

Het merendeel van de vrouwelijke ondernemers benadrukken het feit dat je bij het opstarten van een eigen zaak een partner nodig hebt met een eigen inkomen. Anders is het risico te groot.

HOOFDSTUK 3: FOCUSGROEPEN EN BELEIDSAANBEVELINGEN

3.1 UITVOERING EN ANALYSE

Met het oog op het formuleren van beleidsaanbevelingen nodigden we de deelnemers van de voorbereidende focusgroepen opnieuw uit. Als inleiding stelden we enkele onderzoeksresultaten van de enquête voor. Deze resultaten dienden als insteek voor de formulering van de aanbevelingen.

De themagroepen (vorming, financiering en ondersteunende diensten) brachten aanbevelingen naar voren op verschillende vlakken. We hebben de aanbevelingen onderverdeeld in vijf categorieën: politieke aanbevelingen, aanbevelingen rond vorming, aanbevelingen rond beeldvorming, aanbevelingen rond samenwerking en ondersteunende diensten en aanbevelingen rond financiering.

3.2 POLITIEKE AANBEVELING

3.2.1 HET STATUUT VAN DE ONDERNEMER VERBETEREN

- Dit is één van de krachtigste signalen; het risico om te ondernemen dient verminderd te worden. Dit kan door de verbetering van het sociaal statuut en de aanpassing van de faillissementswetgeving. Ondernemers hebben op dit moment geen terugvalnet in geval van ziekte, faillissement, ... Werknemers kunnen bij ziekte of jobverlies terug vallen op respectievelijk een ziekte-uitkering en een werkloosheidsuitkering. Er moeten structuren of systemen ontwikkeld worden om dit probleem bij ondernemers op te vangen.
- Veel mensen zijn slachtoffer van hun eigen onwetendheid. Ze ondertekenen iets dat uiteindelijk leidt tot een 'persoonlijk faillissement'. Het oprichten van een vennootschap (met gescheiden patrimonium) kan hiervoor een oplossing bieden indien men dan geen persoonlijke borg vereist.

- Voordelen voor werknemers zoals bijvoorbeeld het tijdskrediet en het ouderschapsverlof mogen niet uitsluitend op de ondernemers verhaald worden.
- Momenteel kan men slechts een activiteit opstarten in bijberoep als men daarnaast een beroepsactiviteit uitoefent voor een werkgever. Dit beperkt de ondernemingszin.
- Sommige activiteiten vallen op de grens tussen 'zelfstandige' en 'loontrekkende'. Deze 'grijze zones' moeten opgehelderd worden. In België zou men moeten stoppen met jacht te maken op 'schijnzelfstandigen' en een apart statuut moeten voorzien voor deze groep mensen. In Nederland heeft men een statuut opgesteld van ZZP: Zelfstandige Zonder Personeel.

3.3 AANBEVELINGEN ROND VORMING

3.3.1 BEROEPSPROFIELEN EVALUEREN EN AANPASSEN

- De inhoud van lessen in het secundair onderwijs wordt opgesteld op basis van beroepsprofielen, met andere woorden: leerlingen worden opgeleid tot bepaalde beroepen. Het is interessant om na te gaan of 'ondernemer' een beroep is of een attitude. In principe is 'ondernemerschap' een cluster van attitudes en competenties die verweven zitten in elk beroep.
- Door een beroepsprofiel op te stellen van bijvoorbeeld een 'KMO-ondernemer' en een 'Technisch-ondernemer', komen in de leerstof meer aspecten aan bod die hiermee verband houden.
- 'Ondernemerschap' opnemen in de eindtermen is niet haalbaar want het doel kan onmogelijk zijn om leerlingen op te leiden tot ondernemers. Het is niet de bedoeling dat iedereen ondernemer wordt, maar wel dat men de attitudes ontwikkelt om een ondernemend persoon te zijn.

- Ondernemerschap binnen een bedrijf (intrapreneurship) is eveneens een erg belangrijk, en hiervoor zijn dezelfde attitudes nodig als voor het ondernemerschap op zich.
- Leerlingen van 15 à 16 jaar zijn wél geïnteresseerd door ondernemerschap. Het probleem is dat zij de stap naar het ondernemerschap niet zetten omwille van bepaalde barrières. Vorming is de minst belangrijke factor om te starten. Wel belangrijk zijn financiële middelen en invloed van zogenaamde rolmodellen (ouders, familie, vrienden, ...)

3.3.2 HET AANBIEDEN VAN 'EEN OPLEIDING OP NIVEAU'

- Het VIZO leidt op naar 'beroepen', maar is 'ondernemerschap' een beroep? Vroeger bestond bood het VIZO het SOC-programma aan (Startercursus voor Ondernemerschap en Consultancy). Deze opleiding stelde het management van de KMO centraal. Omwille van financiële redenen werd deze opleiding stopgezet.
- UNIZO organiseert een startercursus (voor potentiële starters) die loopt gedurende zes weekavonden. In deze cursus komt veel theorie aan bod. De cursus is toegankelijk voor laag- en hogeschoolden. Het grote probleem van TSO en BSO studenten is echter dat zij geen theorie willen leren.
- Het niveau van VIZO en Syntra-opleidingen is te homogeen voor de heterogene groep van deelnemers. Hogeschoolden vinden het opleidingsniveau te laag. Door een partnerschap te creëren tussen universiteiten en vormingsinstellingen zoals het VIZO en Syntra, kan men aangepaste opleidingen aanbieden aan hogeschoolden.
- Veel jongeren willen na hun studies nog een jaar verder studeren. Een mogelijkheid is om een 'postgraduate-program' gericht op ondernemerschap op te richten. Op deze manier kunnen jongeren zich terdege voorbereiden op het ondernemerschap. Een dergelijke voortgezette opleiding moet de nadruk leggen op een stage in een KMO zodat de student ervaring opdoet met het 'echte leven' van een zelfstandige ondernemer.

- Unizo heeft al twee maal een onderzoek uitgevoerd bij 25-jarigen waaruit blijkt dat de interesse voor ondernemerschap wel leeft onder de jongeren, maar desondanks zetten ze de stap niet.
- De bestaande managementopleidingen richten zich niet specifiek op 'ondernemerschap'.

3.3.3 DE ZORGOPLEIDINGEN UITBREIDEN MET EEN LUIK 'ONDERNEMERSCHAP'

- De zorgsector is een ideale sector om het vrouwelijk ondernemerschap in te promoten. Deze sector gaat enkel aan belang winnen en deze sector wordt gezien als een typisch 'vrouwelijke' sector.
- Momenteel organiseert het VIZO in samenwerking met Kind en Gezin een opleiding voor het zelfstandig opzetten van minicrèches. Dit concept kan men uitbreiden naar bijvoorbeeld 'bejaardenzorg, 'gezinszorg', ...

3.3.4 VOLDOENDE AANDACHT SCHENKEN AAN 'DE PRAKTIJK'

- Veel potentiële starters hebben problemen met het opstellen van het business plan. Het toepassen van deze praktische elementen is erg belangrijk tijdens een opleiding. Er bestaat immers al genoeg cursussen die focussen op de theorie.
- Er moeten eisen gesteld worden aan het niveau van de opleiding. Zo moeten cursisten van de opleiding 'Bedrijfsbeheer' een haalbaarheidsstudie maken. Indien deze studie niet naar objectieve maatstaven geëvalueerd wordt, zal de cursist over 'valse vaardigheden' beschikken.
- Een eerste werkervaring in de branche waarin je actief wil worden, is een pluspunt. De werkervaring zorgt namelijk voor inzicht in de sector, kennis over concurrenten, ...

3.4 AANBEVELINGEN ROND BEELDVORMING

3.4.1 *ACTIEVE ACTIES*

- Ondernemerschap moet meer in het daglicht geplaatst worden. Men kan zich hierbij richten tot specifieke doelgroepen. Unizo doet dit momenteel bij kleuters en leerlingen uit het lager en middelbaar onderwijs door middel van het project 'De Ondernemende School'. Kinderen moeten op jonge leeftijd attitudes leren ontwikkelen, nodig voor het ondernemerschap
- Het organiseren van een '**Summer University**' biedt de mogelijkheid aan pas afgestudeerden of tewerkgestelde geïnteresseerden om nader kennis te maken met het ondernemerschap. Vaardigheden die essentieel zijn voor het slagen als ondernemer komen aan bod. Daarnaast besteedt men aandacht aan probleemgebieden zoals de combinatie arbeid-gezin, timemanagement, ... De Summer University bestaat uit een vormingspakket en uit een stage (het volgen van een zelfstandige ondernemer) zodat men ook met de praktijk in contact komt.
- **Infosessies** op jobdagen van afgestudeerden zijn een mogelijkheid om de beeldvorming omtrent het ondernemerschap bij te schaven. Daarnaast kan men ook aandacht schenken aan het ondernemerschap in diverse tijdschriften die verspreid worden naar laatstejaarsstudenten.
- '**De Week van het Ondernemerschap**' is een initiatief om het ondernemerschap in de schijnwerpers te plaatsen. Dit kan door middel van spots (radio of televisie), artikels in kranten en tijdschriften, getuigenissen van zelfstandige ondernemers, ... Men tracht tijdens deze sensibilisatiecampagne een beeld te schetsen van de manier waarop een ondernemer bezig is. Op deze manier kan men mensen overtuigen om zelf een eigen zaak te starten. De verschillende individuele initiatieven met betrekking tot het ondernemerschap kunnen geplaatst worden in een ruimer kader.

3.4.2 INFORMEREN EN SENSIBILISEREN OVER DE VERSCHILLENDE ASPECTEN VAN 'ONDERNEMERSCHAP'.

- Mensen denken bij de term 'ondernemerschap' meestal aan het opbouwen van grote bedrijven. Dit is echter niet de doelstelling van iedere ondernemer. Men kan bewust kiezen om 'klein' te blijven. Het maatschappelijk nut van kleine ondernemingen moet duidelijk gecommuniceerd worden.
- Er bestaat een andere connotatie ten opzichte van 'de loodgieter op de hoek' en de 'bedrijfsconsultant'. De 'bedrijfsconsultant' wordt beschouwd als een 'echte ondernemer' beschouwd terwijl dit bij de zelfstandige loodgieter meestal niet het geval is. Tijdens een sensibilisatiecampagne moet men aandacht schenken aan de 'ondernemende vakmannen'.

3.4.3 EVALUATIE MAKEN VAN HET MARKETINGPLAN VAN VERSCHILLENDE VORMINGSINSTELLINGEN EN VERBETERPUNTEN AANBRENGEN VOOR DE MANIER WAAROP ZIJ AAN PR DOEN.

- Vrouwen vinden dat ze onvoldoende op de hoogte zijn van het bestaande aanbod aan aanvullende opleidingen. Verder geven ze aan minder goed op de hoogte te zijn van de plaatsen waar ze terecht kunnen voor bijkomende opleidingen.
- Door na te gaan op welke manieren de verschillende vormingsinstellingen hun cursisten trachten te bereiken, kunnen suggesties ter aanpassing aangegeven worden. Daarnaast is het zinvol om de gender(on)gelijkheid te evalueren.
- Momenteel worden de opleidingsmogelijkheden van Syntra verspreid via het huis-aan-huis systeem, samen met de reclame.

3.5 AANBEVELINGEN ROND SAMENWERKING EN ONDERSTEUNENDE DIENSTEN

3.5.1 COÖPERATIEVE STRUCTUREN PROMOTEN.

- Coöperatieve structuren creëren **flexibiliteit**. Een onderneming opstarten als ‘team’ (al dan niet gemengd) biedt een oplossing voor ziekte, vakantie, zwangerschap, ... Het biedt steun die men als ondernemer nodig heeft. Toch is het vangnet niet evenwaardig aan dit in de publieke sector. Een optie is het streven naar een **publieke en private samenwerking**.
- Het **informer** over de aanpak van coöperatieve structuren kan gebeuren tijdens opleidingen, infosessies, de ‘Summer University’, ... Een mogelijkheid is het aanbrengen van getuigenissen, ‘Good Practices’, van twee (of meer) partners die samen een onderneming hebben opgericht.
- Coöperatieven zijn vooral interessant in de **gezondheidszorg**: ouderenzorg, kinderverzorging, onthaalmoeders, verpleegsters, ... Dit zijn de zogenaamde typisch ‘vrouwelijke beroepen’, in de ‘zachtere sectoren’. Het sensibiliseren van vrouwen in ‘mannenberoepen’ heeft weinig succes geogst. Vanuit dit oogpunt pleiten wij voor het stimuleren van vrouwen in beroepen waarin ze al actief zijn.
- Verder zijn coöperatieven zeker interessant voor **laaggeschoolden**. Als zij als zelfstandige iets meer verdienen dan in loonverband, winnen ze er al bij.
- Een mogelijkheid om de creatie van coöperatieven te bevorderen, is het organiseren van cursussen of workshops voor mensen met ‘vage ideeën’. Tijdens deze sessies kunnen de vage plannen misschien groeien tot concrete ideeën en samenwerkingsverbanden.
- Bij de toekenning van financiële middelen is de persoonlijke evaluatie het meest doorslaggevend. Indien verschillende mensen gaan samenwerken als een team is het evident dat deze mensen goed met mekaar overweg moeten kunnen. Kredietverstrekkers beschouwen dit als meer risicovol en het zal een extra aandachtspunt zijn bij de globale evaluatie.

3.5.2 ONDERSTEUNINGSINITIATIEVEN EXPLICIET GERICHT OP KLEINE ONDERNEMINGEN.

- Momenteel richten veel initiatieven zich te sterk op grote ondernemingen (bijvoorbeeld Export Vlaanderen). Het zou een goed idee zijn om kleine zelfstandigen samen te brengen en hen op handelsmissie te laten gaan. Op die manier wordt hun ondernemerszin verder geprikkeld.
- Een idee is het opstarten van handelsmissies tussen provincies, exclusief voor kleine ondernemingen.

3.5.3 ZICHTBAAR MAKEN VAN BESTAANDE MOGELIJKHEDEN.

- Mensen denken nogal vlug dat ze ergens niet voor in aanmerking komen. Door de verschillende mogelijkheden en voorwaarden goed te communiceren kunnen deze misverstanden verholpen worden.
- Het werken met lokale antennes (bijvoorbeeld regionale adviseurs van het VIZO) kan bijdragen tot het zichtbaar maken van bijvoorbeeld het Waarborgfonds, CEZOV, ... Verder kan men ook aan actieve prospectie doen in plaats van mensen zelf het initiatief te laten nemen.

3.5.4 CENTRUM VOOR ZELFSTANDIGE ONDERNEMENDE VROUWEN OMVORMEN TOT ORGANISATIE MET DOORSCHAKELFUNCTIE.

- CEZOV kan niet alles zelf blijven doen. Het Centrum wil evolueren naar een 'Kenniscentrum'. Dit betekent dat zij goede relaties onderhouden met vormingsinstellingen, financiële instellingen, netwerkorganisaties, ... Door op de hoogte te zijn van hetgeen er op de markt bestaat, kunnen zij optreden als 'dispatcher'. Een vrouwelijke (toekomstige) ondernemster kan er met al haar vragen en twijfels terecht en men zal haar naar de juiste instanties kunnen doorverwijzen. Door zelf geen diensten aan te bieden, bestaat er geen concurrentie met andere dienstverleners.

- CEZOV kan op die manier bestaande noden identificeren en doorgeven aan de verschillende instanties. Zo kan er op constructieve wijze samengewerkt worden en creëert CEZOV een toegevoegde waarde voor haar vrouwelijk cliënteel.

3.5.5 HET OPRICHTEN VAN EEN 'ONDERNEMERSKLINIEK'.

- Ondernemers kunnen op dit moment nergens terecht met hun problemen. Er is nood aan ondersteuning op momenten dat het slecht dreigt te gaan. Door op tijd een alarmsignaal te geven, kunnen faillissementen misschien voorkomen worden.
- De Brusselse Kamer speelt met het idee om een project, gebaseerd op deze problematiek, op te zetten.
- Unizo geeft aan al in te spelen op deze problematiek. Zij geven bedrijfsadvies aan ondernemers. Men kan zich natuurlijk de vraag stellen of het duidelijk is voor ondernemers dat ze hier met hun problemen terecht kunnen.

3.5.6 COMBINATIE VAN NETWERKING EN VORMING STIMULEREN

- Gemengde netwerken vormen een drempel voor vrouwelijke ondernemers. Hierdoor biedt een exclusief netwerk een meerwaarde voor vrouwen.
- Vrouwen geven aan minder op de hoogte te zijn van het bestaande aanbod aan aanvullende opleidingen. Tijdens deze netwerken kan men aandacht besteden aan het vormingsaspect door info te geven of door zelf vormingsactiviteiten te organiseren.

3.6 AANBEVELINGEN ROND FINANCIERING

3.6.1 TANTE AGAATH REGELING IN BELGIË.

- De tante Agaath regeling is in het leven geroepen om risicokapitaal te investeren in een onderneming van een familielid of een kennis. Dit biedt onder andere mogelijkheden voor het bekomen van microkredieten. Microkredieten bieden geen rendement aan financiële instellingen. Beroep doen op een informeel circuit (friends, fools and family) is één van de enige oplossingen. De tante Agaath regeling verkleint het risico van de kredietverstrekker.
- Het nieuwe regeerakkoord bevat een kapstok voor de opbouw van een soortgelijk initiatief.

3.6.2 VOLDOENDE INFORMEREN OVER HET TE FINANCIEREN KAPITAAL.

- Mensen onderschatten vaak hun financieringsbehoeften. Zij houden bijvoorbeeld geen rekening met het beperkte inkomen gedurende de eerste drie maanden, de kostprijs van de verzekeringen, ... Te kleine financieringsaanvragen leiden zeer snel tot een volgende financieringsaanvraag, zeker bij startende ondernemingen.
- In sommige landen slagen startende ondernemers erin om iets op te richten met ongeveer 5.000 euro. Dit lijkt in België echter niet mogelijk. Een verklaring hiervan is het zogenaamde 'zwarte circuit': in sommige landen trekt men het zich niet zo aan of men iets financiert in het illegale circuit.
- Analyse van business plannen tonen aan dat potentiële starters soms twee of drie keer meer kapitaal nodig hebben dan dat ze vooropstelden.

3.6.3 VERDER PROMOTEN VAN HET PARTICIPATIEFONDS

- Het Participatiefonds kent ongeveer 1000 dossiers toe op jaarbasis. Vrouwen vinden goed hun weg naar het Participatiefonds: 38% van de aanvragen gebeuren door vrouwen. Qua goedkeuringspercentage scoren vrouwen beter dan mannen: 58% van de ingediende dossiers van vrouwen worden goedgekeurd, dit in vergelijking met 52% van de door mannen ingediende dossiers.
- Een vergelijkend onderzoek naar 'best practices' in 8 Europese landen, bevestigen de goede werking van het Participatiefonds. In de overige landen is er geen gelijk(w)aardig initiatief.

3.6.4 WERK MAKEN VAN EEN WAARBORGREGELING.

- Het geven van waarborgen wordt door ondernemers als probleem ervaren.
- Het Vlaams Waarborgfonds is niet echt gekend. Grote financiële instellingen willen vaak niet met hen samenwerken omwille van de 'administratieve rompslomp'. Dit kan echter niet de echte reden zijn. Banken ervaren het Waarborgfonds als iets dat gelijk staat met de overheid, en ze hebben nu eenmaal liever geen pottenkijkers. Verder hebben banken liever een familielid dat borg staat.
- Het Vlaams Waarborgfonds is enkel toegankelijk via financiële instellingen. Een potentiële starter kan er dus niet zelf naartoe stappen.
- Het Participatiefonds heeft een tijdje een automatische waarborg aangeboden voor kleine kredieten die aan een aantal voorwaarden voldeden. Financiële instellingen maakten hier echter geen gebruik van omdat het hen te weinig opbrengt.

3.6.5 HET IMPLEMENTEREN VAN EEN GEDRAGSCODE NAAR BANKEN TOE.

- Indien particulieren klachten hebben met betrekking tot een financiële instelling, kunnen zij bij een ombudsdienst terecht. Ondernemers daarentegen kunnen enkel terecht bij de financiële instelling zelf. Bij verzekeringen kunnen zowel particulieren als ondernemers terecht bij een ombudsdienst.

3.7 BESLUIT

In dit hoofdstuk kwamen verschillende beleidsaanbevelingen aan bod. Dankzij de expertise van de deelnemers aan de focusgroepen bestrijken deze aanbevelingen verschillende domeinen. De aanbevelingen die hier geformuleerd werden, zullen in de toekomst nieuwe discussiepunten vormen.



BIJLAGEN



Leidraad focusgroep 'opleiding & vorming'

Leidraad focusgroep 'financiering'

Leidraad focusgroep 'ondersteunende diensten'

Leidraad focusgroep 'ondernemende vrouwen'

Bijlage 1: Leidraad focusgroep 'opleiding & vorming'

- Welke opleidingen of vakken zijn in het **middelbaar onderwijs** aanwezig om het zelfstandig ondernemerschap te promoten? **20'**

ASO □ 10'

Besteedt men in het **ASO** specifieke aandacht aan het zelfstandig ondernemen? Wat **bestaat** er in het ASO?

Op welke manier kan men deze jongeren (in het ASO) **warm maken** voor of kennis laten maken met het ondernemerschap?

Zijn deze jongeren voldoende **voorbereid** om een eigen zaak op te starten? 3 idem bso

TSO en BSO □ 10'

Besteden **TSO** of **BSO** opleidingen specifieke aandacht aan het zelfstandig ondernemen? Wat **bestaat** er in het TSO en BSO onderwijs?

Op welke manier kan men deze jongeren (in het TSO en BSO) **warm maken** voor of kennis laten maken met het ondernemerschap?

Zijn deze jongeren voldoende **voorbereid** op het ondernemerschap?

- Welke opleidingen of vakken zijn in het **hoger onderwijs** aanwezig om het zelfstandig ondernemerschap te promoten? **20'**

Wat **bestaat** er in het hoger onderwijs? **Aanbod?**

Waarom kiezen jongeren voor een studierichting zoals 'ondernemerschap'?

Typische **eigenschappen** van jongeren die hiervoor kiezen?

Maken zij een bewuste keuze voor het zelfstandig ondernemerschap?

Hoe gebeurt de **informatieverstrekking** over deze opleidingen? Besteedt men bij deze informatieverstrekking aandacht aan het zelfstandig ondernemerschap? Op welke manier?

Hoeveel procent van de jongeren die een dergelijke opleiding volgen, start daadwerkelijk een **eigen onderneming** op?

- Welke **specifieke opleidingen** gericht op het zelfstandig ondernemerschap bestaan er voor **starters?** **40' (20+20)**

Gereguleerde beroepen □ 15'

Wie biedt dergelijke opleidingen aan met het oog op het uitoefenen van een **gereguleerd beroep?** **Aanbod?**

Welke specifieke **onderwerpen** met betrekking tot het zelfstandig ondernemen komen hier aan bod?

Hoe tracht men potentiële ondernemers te **bereiken?** Is het moeilijk om ze over de brug te krijgen? Wat zijn hierbij de moeilijkheden? Kunnen zij rekenen op extra begeleiding?

Wat is het **resultaat** van deze opleidingen? Hoeveel % doorloopt de volledige opleiding en hoeveel % start daadwerkelijk een eigen zaak op?

Is men na een dergelijke opleiding **voorbereid** op het ondernemerschap?

Niet gereguleerde beroepen □ 20'

Welke **soort opleidingen** bestaan er voor starters, naast deze die zich richten op het uitoefenen van een gereguleerd beroep? 1

Hoe tracht men potentiële ondernemers te **bereiken**? Is het moeilijk om ze over de brug te krijgen? Wat zijn hierbij de moeilijkheden? 2

Wat is het **resultaat** van deze opleidingen? Hoeveel % doorloopt de volledige opleiding en hoeveel % start daadwerkelijk een eigen zaak op? kort

Al dan niet gereguleerde beroepen □ 5'

Kunnen jullie een **beeld** schetsen van de mensen die een opleiding volgen met het oog op het **opstarten** van een eigen zaak (al dan niet een gereguleerd beroep)? (**Geslacht, leeftijd, kinderen, opleidingsniveau, soort opleiding, werkend of werkloos, motivatie** achter de deelname) zeker voor het resultaat

- Welke **specifieke opleidingen** gericht op het zelfstandig ondernemerschap bestaan er voor mensen die **al een eigen zaak hebben**? 40'

Waar vindt men opleidingen, specifiek gericht op mensen die **al een eigen zaak** hebben? **Aanbod**?

Welke **onderwerpen** komen hier aan bod? Hoe stelt men het programma samen? Bestaat hier een onderscheid al naargelang het type beroep (al dan niet gereguleerd)?

Hoe tracht men ondernemers te **bereiken**? Is het moeilijk om ze over de brug te krijgen? Wat zijn hierbij de moeilijkheden? Wat is het resultaat van deze opleidingen?

Kunnen jullie een beeld schetsen van mensen die een opleiding volgen terwijl zij al **een eigen zaak leiden**? (**Geslacht, leeftijd, kinderen, opleidingsniveau, soort opleiding, werkend of werkloos, motivatie** achter de deelname)⁴

(Wat vinden de ondernemers zelf van de opleidingsmogelijkheden? Hoe vaak nemen ondernemers deel aan een dergelijk programma?) □ Indien tijd

- Bestaan er specifieke opleidingsprogramma's enkel voor **vrouwen**? 5'

Aanbod? Waarom zijn deze opgericht? **Resultaten** merkbaar? Reactie van vrouwen op dit initiatief? Op welke manier kan men vrouwen het best benaderen?

- Wat is jullie **globaal idee** over de opleidingsmogelijkheden voor zelfstandige ondernemers? 5'

- Zijn er ondernemers die **nooit** een extra opleiding volgen? Waarom? 5'

Bijlage 2: Leidraad focusgroep 'financiering'

- Wat is er op de markt voor zelfstandige ondernemers? Welke verschillende financieringsmogelijkheden zijn er voor hen? 30'

Onderscheid naar Zelfstandigen en vrije beroepen
 KMO's
 Grote ondernemingen

Worden starters door financiële instellingen **doorverwezen** naar bijvoorbeeld Triodos, Participatiefonds, ... Bepaalde voorwaarden waaraan men moet voldoen? Bestaan er andere, misschien **minder bekende organisaties** waar toekomstige ondernemers terecht kunnen voor financiële steun? Bepaalde voorwaarden waaraan men moet voldoen? Bestaan er speciale financieringsprogramma's voor vrouwelijke ondernemers? Waarom? Effect?

- Hoe worden potentiële ondernemers op de hoogte gebracht van de verschillende financieringsmogelijkheden? 20'

Bestaat er een samenvattend **overzicht** van de verschillende mogelijkheden? Indien niet, zou het nuttig zijn een dergelijke tool te ontwikkelen? Hoe komt een toekomstige ondernemer in contact met de verschillende organisaties/instellingen? Hoe gebeurt de bekendmaking van deze organisaties/instellingen naar de bevolking toe?

- Profilerings starters

Hoeveel starters maakt gebruik van financieringsmiddelen via een **financiële instelling**? Aandeel mannen/vrouwen?

Hoeveel starters maken gebruik van **andere** financieringsmiddelen (vb participatiefonds, ...)? Aandeel mannen/vrouwen?

Hoe zit het met de **grootte** van de aangevraagde kredieten? Welke **factoren** zijn bepalend voor verschillen in grootte?

Vragen startende ondernemers **voldoende** geld? Hebben ze voldoende inzicht om een juist beeld hierover te vormen? Verschillen tussen M/V?

Waarop let men bij het toekennen van financiële middelen?

Meetbare gegevens (businessplan, eigen kapitaal, ...)

Kwalitatieve factoren (overkomen, ervaring, uitstraling, ...)

Hebben jullie een idee over het aandeel van financieringsaanvragen die **goedgekeurd** worden? Verschillen tussen M/V? Redenen van dit verschil? 5'

Wanneer vraagt men om het **handteken** (vb als borg) van de partner? Gelden hiervoor bepaalde regels? Wat indien men gescheiden, alleenstaand, weduw(e)(naar) is? 5'

Hoeveel **procent** van de leningen worden terugbetaald? Verschillen al naargelang sectoren? Andere factoren die verschillen bepalen? (vb geslacht, leeftijd, ...) 5'

Wat zijn volgens jullie de **redenen** voor het **kleine aandeel** vrouwelijke ondernemers? 5'

Waarin **verschillen** vrouwelijke ondernemers van de mannelijke? Wat zijn de **voornaamste eigenschappen** van vrouwelijke ondernemers? Van mannelijke ondernemers? 5'

Hoe komt het, volgens jullie, dat vrouwen denken of ervaren dat er voor hen anderen regels gelden om bijvoorbeeld een lening te kunnen krijgen? 5'

Bijlage 3: Leidraad focusgroep 'ondersteunende diensten'

- Op welke ondersteunende diensten kunnen zelfstandige ondernemers beroep doen? Wat is het aanbod? 35'

Onderscheid naar Starters en reeds bestaande ondernemers
Zelfstandigen en vrije beroepen, KMO's en grote ondernemingen

Worden starters **doorverwezen** naar aanbieders van ondersteunende diensten? Is iedereen op de hoogte van het aanbod van dienstverlening?

Zijn er specifieke diensten enkel gericht op **vrouwelijke ondernemers**?

Waarom? Wordt er gebruik van gemaakt? Effect?

- **Gebeurt er een selectieprocedure alvorens men van bepaalde diensten gebruik kan maken? 10'**

Welke zijn de **beoordelingscriteria**?

Meetbare gegevens

Kwalitatieve factoren

Idee over het goedkeuringspercentage? Verschillen tussen M/V? Redenen van dit verschil?

- Hoe worden potentiële ondernemers op de hoogte gebracht van de de verschillende mogelijkheden op het vlak van ondersteunende diensten? 15'

Bestaat er een samenvattend **overzicht** van de verschillende mogelijkheden? Indien niet, zou het nuttig zijn een dergelijke tool te ontwikkelen?

Hoe komt een toekomstige ondernemer in contact met de verschillende organisaties/instellingen?

Hoe gebeurt de **communicatie/promotie** van deze organisaties/instellingen naar de bevolking toe?

- Profilering starters 20'

Hoeveel starters maakt gebruik van ondersteunende diensten?

Hoe is de verhouding **mannen/vrouwen** binnen jullie ledenbestand?

Van **welke soort** diensten maken starters het meest gebruik? Welke **aspecten** binnen het dienstenpakket zijn het meest in trek? Verschillen **mannen en vrouwen** in het soort van diensten waar ze beroep op doen?

Kunnen jullie een soort **typisch profiel** weergeven van jullie cliënteel?

Hebben jullie een idee van het **effect** van deze dienstverlening? (meer slagingskansen,...)

- Profilering andere ondernemers 20'

Doen ondernemers die al een tijdje bezig zijn, beroep op ondersteunende diensten? Welke **soort** diensten? Welke aspecten binnen het dienstenpakket zijn voor deze groep het meest in trek?

Verschillen **mannen en vrouwen** in het soort van diensten waar ze beroep op doen?

Verhouding mannen/vrouwen?

Kunnen jullie voor deze groep van ondernemers een **typisch profiel** weergeven?

Hebben jullie een idee van het **effect** van deze dienstverlening? (meer slagingskansen,...)

- Wat zijn volgens jullie de redenen voor het kleine aandeel vrouwelijke ondernemers? 5'

- Waarin verschillen vrouwelijke ondernemers van de mannelijke? Wat zijn de voornaamste eigenschappen van vrouwelijke ondernemers? Van mannelijke ondernemers? 5'

- Krijgen jullie soms vragen in verband met opleidingsmogelijkheden of financieringsmogelijkheden voor zelfstandige ondernemers? Zijn jullie op de hoogte van het aanbod (vorming en financiering)? 5'

- Kunnen jullie ons eens vertellen met welke projecten jullie momenteel bezig zijn? (projecten in verband met het ondernemerschap) 5'

Bijlage 4: Leidraad focusgroep 'ondernemende vrouwen'

- Voorstelling:
 - Waar zijn jullie precies mee bezig?
 - Wanneer zijn jullie begonnen met het zelfstandig ondernemen?
 - Hoe lang bestaat jullie huidige zaak?
 - Wat deden jullie voordien?
 - Wie leidt de zaak?
 - Is jullie man/partner betrokken bij jullie zaak?
 - Waarom kozen jullie voor het zelfstandig ondernemerschap?
 - Wat is jullie algemene ervaring met het ondernemerschap?
 - Wat is de algemene reactie van familie of vrienden?
 - Hoe ervaren jullie de combinatie van jullie werk met je gezin en vrije tijd?

- Welk belang speelt het aspect 'vorming' binnen jullie werkdomein?
 - Welke vorming gevolgd? (duur, organisator, effect op ondernemerschap? Negatieve/positieve ervaringen? Verhouding M/V)
 - Nood aan vorming? Welke gebieden?
 - Op de hoogte van het bestaande aanbod? (via welke kanalen?)
 - Ervaren jullie leemten op bepaalde gebieden? Missen jullie een bepaald vormingsaanbod?
 - Wat zijn de voornaamste redenen/hinderpalen om geen vorming te volgen?
 - Wat is jullie mening over opleidingen specifiek gericht op vrouwen?

- Hoe verliep het financieringsproces tijdens opstartfase:
 - Welke waren de voornaamste financieringsbronnen? (financiële instellingen, participatiefonds, ...)
 - Hoe verliepen de contacten op het gebied van deze financiële afhandeling?
 - Op wie vertrouwden jullie het meest wat betreft geldzaken?
 - Te maken gehad met geweigerde financieringsaanvragen? Werd er een geldige reden voor gegeven? Welke?
 - Bepaalde moeilijkheden ervaren? Welke? Oorzaken?

- En op dit moment:
 - Op wie vertrouwen jullie nu het meest wat betreft geldzaken?
 - Hoe ervaren jullie op dit moment de contacten met de financiële instelling?
 - Wat verwachten jullie van je bankier? (persoonlijke relatie, advies, ...)
 - Momenteel nog bepaalde problemen/hinderpalen op het gebied van financiering?

- Hebben jullie bij de start van jullie onderneming beroep gedaan op bepaalde ondersteunende diensten?
 - Welke?

- Op welke manier kwamen jullie ermee in contact?
 - Hadden jullie in het beginstadium nood aan extra steun/begeleiding? Op welke gebied?
 - Hoe was jullie ervaring met de aanbieders van deze diensten?
 - Zijn jullie allemaal op de hoogte van het aanbod van ondersteunende diensten?
- Hebben jullie achteraf beroep gedaan op aanbieders van ondersteunende diensten?
- Waarom?
 - Welke diensten?
 - Hoe kwamen jullie ermee in contact?
 - Ervaring met deze dienstverlening?
- Maken jullie deel uit van bepaalde netwerken?
- Welke netwerken?
 - Hoe kwamen jullie in contact met deze netwerken?
 - Wat is de belangrijkste motivatie om deel uit te maken van een netwerk?
 - Welke meerwaarden leveren deze netwerken aan jou?
 - Hoe staan jullie tegenover netwerken, specifiek gericht op vrouwelijke ondernemers?
 - Zijn jullie op de hoogte van de verschillende soorten netwerken die er bestaan?
 - Wat zijn volgens jullie essentiële eigenschappen van een goed netwerk? Hoe ziet een 'ideaal netwerk' er volgens jullie uit?
 - Indien jullie geen deel uitmaken van een netwerk; wat zou u hiertoe kunnen overhalen?

