

# Macho-business?

*Een onderzoek naar stereotypen van belanghebbenden  
ten aanzien van vrouwelijke ondernemers.*



Datum: 10 juni 2009

**Auteurs:**

Mirna Volman

drs. Brigitte Kroon

dr. Marloes van Engen

Faculteit Sociale Wetenschappen

Departement personeelwetenschappen

Universiteit van Tilburg

**Onderzoek geïnitieerd door:**

Marieke de Kort, O+

**Onderzoek mogelijk gemaakt door:**

Loket MKB, Universiteit van Tilburg

Senter Novum Innovatie Voucher

# ***Inhoudsopgave***

<b>Inleiding</b>	<b>3</b>
<b>Opzet van het onderzoek</b>	<b>4</b>
Design	4
Respondenten	4
Analyses	5
<b>Resultaten</b>	<b>6</b>
Succesvolle ondernemers, mannelijke en vrouwelijke ondernemers en mannen en vrouwen	6
De rol van de sekse van de belanghebbende	6
Leeftijd van de belanghebbenden	9
Resultaten van de open vragen	11
<b>Conclusie en aanbevelingen</b>	<b>13</b>
<b>Tenslotte</b>	<b>15</b>
<b>Referentielijst en verder lezen</b>	<b>16</b>

## ***Inleiding***

Ondernemen is allang niet meer alleen een activiteit van mannen, ook steeds meer vrouwen besluiten om een eigen bedrijf te beginnen. Vrouwelijke ondernemers variëren van zelfstandigen-zonder-personeel die zoeken naar een ideale balans tussen thuis en werk, tot ambitieuze ondernemers, soms onmogelijkheden te creëren die voor hen binnen hun oude werkkring onhaalbaar waren. Ondanks dat ondernemen voor vrouwen een aantrekkelijk alternatief geworden is voor een vaste aanstelling, is ondernemen door vrouwen nog niet vanzelfsprekend. Eerder onderzoek door Verheul en Thurik (2001) heeft uitgewezen dat vrouwelijke ondernemers moeite hebben met het aantrekken van startkapitaal en dat zij vergeleken met mannelijke ondernemers vaak met minder kapitaal beginnen. Ondernemingen van vrouwen zijn hierdoor vaak kleiner dan ondernemingen van mannen. Omdat vrouwelijke ondernemers in vergelijking met mannelijke ondernemers eerder vrouwen in dienst nemen, zijn vrouwelijke ondernemers ontontbeerlijk voor het verbeteren van de diversiteit op de arbeidsmarkt. Kortom, de maatschappij is gebaat bij meer en grotere door vrouwen opgerichte ondernemingen.

Wat verklaart het feit dat vrouwen moeite hebben met het aantrekken van startkapitaal en andere bronnen die nodig zijn voor succesvol ondernemen? Hiervoor is het nodig om onderzoek te doen naar mensen die belang hebben in ondernemingen. Belanghebbenden zijn bijvoorbeeld geldschieters of franchisegevers, mensen die beslissen of een onderneming de middelen krijgt die het nodig heeft om te kunnen groeien. Belanghebbenden moeten steeds de afweging maken of hun investering rendabel zal zijn. Besluitvorming van belanghebbenden is echter niet alleen gebaseerd op rationele overwegingen, want een inschatting van toekomstig succes wordt ook “met de buik” gemaakt. Iedere ondernemer wordt door belanghebbenden min of meer impliciet vergeleken met een algemeen beeld van succesvolle ondernemers: “heeft ze het, of heeft ze het niet”?

Het is interessant om meer inzicht te krijgen in het algemene beeld dat belanghebbenden hebben van succesvolle ondernemers. Is dit beeld meer stereotyp voor mannen of voor vrouwen? En in hoeverre spelen impliciete stereotypen over mannen en vrouwen een rol wanneer de potentie van een vrouwelijke ondernemer wordt afgezet tegen het ideaalplaatje van een “succesvolle ondernemer”? Kortom, is ondernemen macho-business?

Dit rapport doet verslag van een onderzoek onder belanghebbenden naar het effect van sekse stereotype beeldvorming van succesvolle ondernemers. In het verslag leest u eerst de opzet van het onderzoek en daarna de belangrijkste resultaten. Het rapport eindigt met enkele aanbevelingen voor zowel belanghebbenden als voor vrouwelijke ondernemers

## **Opzet van het onderzoek**

### **Design**

We hebben gebruik gemaakt van een experiment door middel van vragenlijsten. De vragenlijst bestond uit 40 kenmerken. De kenmerken zijn gekozen uit de literatuur en vormen een mix tussen eigenschappen die vaak aan ondernemers worden toegeschreven en eigenschappen die in het algemeen aan mannen danwel aan vrouwen worden toegeschreven. Voorbeelden zijn "risico's nemen" (typisch voor ondernemers), "agressief" (typisch voor mannen) en "sociaal" (typisch voor vrouwen).

De lijst met eigenschappen werd voorafgegaan de vraag: "Zou u per eigenschap willen aangeven of u de eigenschap bij een .... vindt passen. Bij het beantwoorden van de vragen zou u kunnen denken dat u een persoon voor het eerst ontmoet en het enige wat u van deze persoon weet is dat hij een ... is". Er bestonden vijf versies van deze vragenlijst: Op de stippellijn was een van de volgende vijf verschillende personeringevuld : 1) succesvolle ondernemer, 2) mannelijke ondernemer, 3) vrouwelijke ondernemer, 4) man in het algemeen, 5) vrouw in het algemeen. Een respondent ontving slechts een van de vijf versies van de vragenlijst. De vijf antwoordcategorieën liepen van "(1) Geheel niet kenmerkend voor ..." tot (5) "Geheel kenmerkend voor".

Iedere variant van de vragenlijst is door tenminste twintig belanghebbenden ingevuld, verdeeld over steeds tien mannelijke en tien vrouwelijke belanghebbenden. Door de antwoorden van de respondenten op de verschillende versies met elkaar te vergelijken kunnen we zien in hoeverre het beeld van de succesvolle ondernemer meer lijkt op dat van mannen in het algemeen, mannelijke ondernemers, vrouwen in het algemeen of vrouwelijke ondernemers. Tevens kunnen we zien in hoeverre er verschillen bestaan tussen mannelijke en vrouwelijke belanghebbende in de beoordeling van de vijf versies van de vragenlijst.

Behalve de vraag of de respondenten van de 40 eigenschappen zouden willen aangeven in hoeverre zij deze typerend vinden voor een mannelijke ondernemer, vrouwelijke ondernemer, succesvolle ondernemer, man in het algemeen of vrouw in het algemeen, is hen ook de open vraag gesteld wat in hen ogen een ondernemer succesvol maakt.

### **Respondenten**

Er zijn vragenlijsten uitgedeeld bij banken en tijdens informatiebijeenkomsten voor ondernemers. In totaal zijn er 101 bruikbare vragenlijsten verzameld (51 mannen en 50 vrouwen). De gemiddelde leeftijd van de respondenten is 41,3 jaar, de oudste is 62 jaar en de jongste 22 jaar. Er is ook gevraagd naar de functie van de respondenten en hoe zij ondernemers precies helpen. De functies van de belanghebbenden bij het opzetten en runnen van een onderneming zijn erg divers. De meeste respondenten werken bij een bank of financiële instelling (39). Zij gaven bij de vraag hoe helpt u ondernemers vrijwel allemaal aan dat zij ondernemers helpen door hen advies te geven en krediet te verstrekken. Andere de responderen zijn medewerkers van verschillende gemeenten (24).

Zij gaven aan ondernemers te helpen via loket ondernemerszaken door advies en soms door toestemming en subsidies te geven. Verder waren er zeven werknemers van de Kamer van Koophandel en tevens zeven werknemers van adviesbureaus onder de respondenten. Tenslotte hebben vijf franchisegevers, vier medewerkers van een onderwijsinstelling voor ondernemerschap en drie werknemers van een netwerkorganisatie van ondernemers de vragenlijst ingevuld. De overige 12 respondenten (allen ook belanghebbenden) hebben deze vraag niet ingevuld of hebben een overig antwoord ingevuld.

## **Analyses**

Allereerst zijn de veertig eigenschappen statistisch vergeleken voor de verschillende soorten personen (succesvolle ondernemer versus mannelijke of vrouwelijke ondernemer en versus man in het algemeen of vrouw in het algemeen). Hiermee kan worden bepaald of de verschillen in gemiddelde scores tussen de groepen betekenisvol (significant) zijn. Ook kan hiermee worden gecontroleerd of verschillende kenmerken van belanghebbenden (bijvoorbeeld hun sekse of hun leeftijd) invloed hebben op hun stereotype beelden van ondernemers, mannen en vrouwen.

Daarnaast is gekeken of de antwoorden op de open vragen nog een aanvulling geven op de kenmerken die reeds in de lijst waren opgenomen.

## **Resultaten**

### **Succesvolle ondernemers, mannelijke en vrouwelijke ondernemers en mannen en vrouwen**

De veertig kenmerken van een succesvolle ondernemer zijn gerangschikt op basis van de gemiddelde score van hoe kenmerkend belanghebbenden de eigenschap gemiddeld vonden voor een succesvolle ondernemer. De meest kenmerkende eigenschappen volgens onze respondenten voor succesvolle ondernemers zijn zelfvertrouwen, initiatief, doorzettingsvermogen, onafhankelijk en doelgericht. Een overzicht van de resultaten staat in Tabel 1.

Vervolgens is gekeken in hoeverre de verschillende eigenschappen overeenkomen met een mannelijke ondernemer, vrouwelijke ondernemer, man in het algemeen en vrouw in het algemeen.

Uit analyses blijkt dat belanghebbenden dezelfde eigenschappen toeschrijven aan een succesvolle ondernemer als aan een mannelijke ondernemer. Wat opvallend is, is dat een man in het algemeen in vergelijking met een mannelijke ondernemer minder sterk met kenmerken van een succesvolle ondernemer wordt geassocieerd. De invloedhebbende maken dus een duidelijk onderscheid tussen een mannelijke ondernemer en een man in het algemeen. De eigenschappen van een vrouwelijke ondernemer komen veel minder overeen met die van een succesvolle ondernemer. Vooral de belangrijkste vier eigenschappen van een succesvolle ondernemer komen niet overeen met de eigenschappen van een vrouwelijke ondernemer. Er is ook een duidelijke scheiding te zien tussen een vrouwelijke ondernemer en een vrouw in het algemeen. De invloedhebbende associëren een vrouw in het algemeen in het geheel niet met een succesvolle ondernemer. Zie ook tabel 1 voor een overzicht van deze resultaten.

### **De rol van de sekse van de belanghebbende**

Voor vrouwelijke belanghebbenden komt het beeld van een succesvolle ondernemer geheel overeen met dat van een vrouwelijke ondernemer en gedeeltelijk met dat van een mannelijke ondernemer. Wat opvallend is, is dat het beeld van vrouwelijke belanghebbenden van een succesvolle ondernemer meer overeen komt met een man in het algemeen dan met het beeld van een vrouw in het algemeen. Voor de vrouwelijke invloedhebbende is er dus een wezenlijk verschil tussen vrouwelijke ondernemers en vrouwen in het algemeen. Voor mannelijke belanghebbenden komt het beeld van een mannelijke ondernemer grotendeels overeen met het beeld van een man in het algemeen. De mannelijke invloedhebbende in dit onderzoek zien zowel mannelijke ondernemers als mannen in het algemeen meer competent als een succesvolle ondernemer, dan vrouwelijke ondernemers en dan vrouwen in het algemeen. Zie ook tabel 2 voor een overzicht van deze resultaten.

Tabel 1: Beoordeling eigenschappen van m/v ondernemers vergeleken met succesvolle ondernemers

Eigenschap (hoe kenmerkend is...)	Gemiddelde succesvolle ondernemer	Verskil met typische mannelijke ondernemer	Verskil met typische vrouwelijke ondernemer
Zelfvertrouwen	4,40	<i>n.s.</i>	Minder **
Initiatief	4,35	<i>n.s.</i>	Minder *
Doorzettingsvermogen	4,30	<i>n.s.</i>	Minder *
Onafhankelijk	4,25	<i>n.s.</i>	Minder **
Doelgericht	4,25	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Doel	4,20	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Ambitius	4,20	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Verantwoordelijk	4,15	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Innovatief	4,10	<i>n.s.</i>	Minder **
Emotioneel stabiel	4,10	<i>n.s.</i>	Minder **
Creatief	4,05	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Durft risico's te nemen	4,05	<i>n.s.</i>	Minder *
Competitief	4,00	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Kan omgaan met onzekerheid	4,00	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Flexibel	4,00	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Stipt	3,95	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Doortastend	3,90	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Zelfkennis	3,90	Minder *	Minder **
Krachtig	3,85	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Vriendelijk	3,85	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Tactvol	3,85	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Nieuwsgierig	3,85	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Intelligent	3,85	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Niet agressief	3,80	Meer agressief **	<i>n.s.</i>
Rationeel	3,80	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Consequent	3,80	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Sympathiek	3,75	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Vrolijk	3,70	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Standvastig	3,70	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Stellig	3,65	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Zelfbeheerst	3,65	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Avontuurlijk	3,55	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Sociaal	3,55	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Autonoom	3,55	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Meelevend	3,50	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Niet gehaast	3,30	Meer gehaast **	<i>n.s.</i>
Niet ingetogen	3,25	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Dominant	3,25	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Behulpzaam	3,25	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Niet egoïstisch	3,05	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>

*n.s.*: niet significant, \* :  $p < .05$ , \*\*:  $p < .01$ , †:  $p < .1$

Tabel 2: Effect sekse belanghebbende in beoordeling van eigenschappen van m/v ondernemers.

Eigenschap	Mannelijke respondenten			Vrouwelijke respondenten		
	Succesvolle ondernemer <sup>1</sup>	Verskil met mannelijke ondernemer	Verskil met vrouwelijke ondernemer	Succesvolle ondernemer <sup>1</sup>	Verskil met mannelijke ondernemer	Verskil met vrouwelijke ondernemer
Zelfvertrouwen	4,60	<i>n.s.</i>	Minder **	4,20	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Initiatief	4,60	<i>n.s.</i>	Minder **	4,10	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Doorzettingsvermogen	4,40	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>	4,20	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Onafhankelijk	4,20	<i>n.s.</i>	Minder *	4,30	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Doelgericht	4,40	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>	4,00	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Doel	4,50	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>	4,00	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Ambitieuus	4,30	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>	4,10	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Verantwoordelijk	4,00	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>	4,30	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Innovatief	4,20	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>	4,00	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Emotioneel stabiel	4,10	<i>n.s.</i>	Minder *	4,10	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Creatief	4,30	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>	4,30	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Durft risico's te nemen	4,30	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>	3,80	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Competitief	4,10	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>	3,90	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Kan omgaan met onzekerheid	4,10	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>	3,90	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Flexibel	3,90	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>	4,10	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Stipt	3,90	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>	4,00	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Doortastend	4,00	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>	3,80	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Zelfkennis	3,90	<i>n.s.</i>	Minder *	3,90	Minder **	<i>n.s.</i>
Krachtig	4,00	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>	3,70	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Vriendelijk	3,80	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>	3,70	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Tactvol	3,80	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>	3,90	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Nieuwsgierig	3,80	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>	3,90	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Intelligent	3,80	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>	3,90	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Niet agressief	3,70	Agressiever *	<i>n.s.</i>	3,90	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Rationeel	3,80	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>	3,80	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Consequent	3,70	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>	3,90	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Sympathiek	3,50	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>	4,00	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Vrolijk	3,40	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>	4,00	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Standvastig	3,80	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>	3,60	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Stellig	4,10	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>	3,20	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Zelfbeheerst	3,70	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>	3,60	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Avontuurlijk	3,80	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>	3,30	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Sociaal	3,40	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>	3,70	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Autonoom	3,80	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>	3,30	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Meelevend	3,10	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>	3,90	Minder *	<i>n.s.</i>
Niet gehaast	3,20	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>	3,40	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Niet ingetogen	3,50	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>	3,00	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Dominant	3,40	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>	3,10	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Behulpzaam	3,30	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>	3,20	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Niet egoïstisch	3,10	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>	3,00	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>

<sup>1</sup> Gemiddelde van de betreffende sekse  
*n.s.*: niet significant, \* :  $p < .05$ , \*\* :  $p < .01$ , † :  $p < .1$



## Leeftijd van de belanghebbenden

Wat opvalt bij belanghebbenden van 40 jaar en ouder ( $n = 57$ ) is dat het beeld dat zij hebben van vrouwelijke ondernemers in grote mate overeenkomt met het beeld van vrouwen in het algemeen maar dat er wel een duidelijk onderscheid te zien is tussen de kenmerken toegeschreven aan mannelijke ondernemers en mannen in het algemeen. Deze groep invloedhebbende associëren een succesvolle ondernemer duidelijk met een mannelijke ondernemer en duidelijk *niet* met een vrouwelijke ondernemer, een man in het algemeen en een vrouw in het algemeen. Voor de groep invloedhebbende tot 39 jaar ( $N=44$ ) is dit opvallend anders. Deze groep maakt zo goed als geen onderscheid en associeert een succesvolle ondernemer zowel wel een mannelijk ondernemer, een vrouwelijke ondernemer, een man in het algemeen en een vrouw in het algemeen. Zie tabel 3 voor een overzicht van deze resultaten.

Tabel 3: Leeftijdseffecten in de beoordeling van eigenschappen van m/v ondernemers.

Eigenschap	...tot 40 jaar			...vanaf 40 jaar		
	Succesvolle ondernemer <sup>1</sup>	Verskil met mannelijke ondernemer	Verskil met vrouwelijke ondernemer	Succesvolle ondernemer <sup>1</sup>	Verskil met mannelijke ondernemer	Verskil met vrouwelijke ondernemer
Zelfvertrouwen	3,75	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>	4,85	<i>n.s.</i>	Minder **
Initiatief	3,75	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>	4,75	<i>n.s.</i>	Minder **
Doorzettingsvermogen	3,50	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>	4,85	<i>n.s.</i>	Minder **
Onafhankelijk	4,00	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>	4,40	<i>n.s.</i>	Minder **
Doelgericht	3,40	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>	4,75	Minder *	<i>n.s.</i>
Doel	3,40	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>	4,85	<i>n.s.</i>	Minder **
Ambitieuus	3,40	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>	4,75	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Verantwoordelijk	3,40	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>	4,65	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Innovatief	3,75	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>	4,35	<i>n.s.</i>	Minder *
Emotioneel stabiel	3,40	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>	4,60	<i>n.s.</i>	Minder **
Creatief	3,60	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>	4,35	<i>n.s.</i>	Minder **
Durft risico's te nemen	3,60	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>	4,35	<i>n.s.</i>	Minder *
Competitief	3,60	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>	4,25	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Kan omgaan met onzekerheid	3,50	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>	4,35	<i>n.s.</i>	Minder **
Flexibel	3,40	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>	4,40	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Stipt	3,25	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>	4,40	<i>n.s.</i>	Minder *
Doortastend	3,25	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>	4,35	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Zelfkennis	3,00	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>	4,50	Minder **	Minder **
Krachtig	3,60	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>	4,00	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Vriendelijk	3,60	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>	4,00	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Tactvol	3,40	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>	4,15	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Nieuwsgierig	3,40	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>	4,15	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Intelligent	3,40	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>	4,15	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Niet agressief	3,25	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>	4,15	Agressiever **	<i>n.s.</i>
Rationeel	3,50	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>	4,00	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Consequent	3,40	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>	4,10	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Sympathiek	3,60	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>	3,85	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Vrolijk	3,50	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>	3,85	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Standvastig	3,50	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>	3,85	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Stellig	3,90	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>	3,50	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Zelfbeheerst	3,00	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>	4,10	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Avontuurlijk	3,60	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>	3,50	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Sociaal	3,00	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>	3,90	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Autonoom	3,10	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>	3,85	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Meelevend	3,00	Minder *	<i>n.s.</i>	3,85	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Niet gehaast	3,15	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>	3,40	Gehaaster **	<i>n.s.</i>
Niet ingetogen	3,50	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>	3,10	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Dominant	3,40	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>	3,15	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Behulpzaam	2,75	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>	3,60	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>
Niet egoïstisch	2,60	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>	3,35	Egoïstisch *	<i>n.s.</i>

<sup>1</sup> Gemiddelde van de betreffende leeftijdsgroep; *n.s.*: niet significant, \* : p<.05, \*\* : p<.01, † : p<.1

## Resultaten van de open vragen

### Wat maakt een ondernemer in uw ogen succesvol?

Naast de lijst met kenmerken is ook aan alle belanghebbenden gevraagd wat een ondernemer in hun ogen succesvol maakt (dus ook aan belanghebbenden die de vragenlijst hebben beantwoord voor mannelijke of vrouwelijke ondernemers of voor mannen of vrouwen in het algemeen). Tabel 4 geeft een overzicht van de meest genoemde antwoorden die 89 van de 101 respondenten die een antwoord hebben gegeven op deze vraag. Sommige respondenten noemden meerdere punten, vandaar dat het totaal op meer dan 101 uitkomt. Het meest genoemd werden innovatief (21), creatief (19) iemand die weet wat hij wil en hier helemaal achterstaat en voor gaat, hart voor de zaak, enthousiasme (14) en ook noemde kansen zien en deze benutten werd vaak genoemd (14). 13 Respondenten noemde een vorm van doorzettingsvermogen (lange en korte termijn). Ook 13 respondenten noemden doelgericht te werk gaan als een belangrijke factor voor een succesvolle ondernemer. Veel van de genoemde kenmerken scoren ook hoog in de ranorde van meest kenmerkende eigenschappen van succesvolle ondernemers.

Tabel 2: antwoorden op de vraag: “wat maakt een ondernemer in uw ogen succesvol?”

Kenmerk	Hoe vaak spontaan genoemd?
Innovatief, onderscheidend	21
Creatief	19
Kansen zien en benutten	14
Iemand die weet wat hij wil en hier helemaal achterstaat en voor gaat, hart voor de zaak, enthousiasme	14
Doorzettingsvermogen (op de korte en lange termijn)	13
Doelgericht	13
Op behoefte inspelen, omgeving, visie, klantvriendelijk, behulpzaam	13
Risico's durven nemen	12
Sociaal persoon/ communicatief vaardig	12
Ambitieus	8
Betrouwbaar/ afspraken na komen, oprechtheid	6
Zelfvertrouwen, geloof in jezelf	5
Flexibel	4
Mensafhankelijk/ ondernemingsafhankelijk	4
Plezier in het werk	4
Omgaan met onzekerheid, stabiliteit	3
Kennis van zake, helikopter view	3
Competitief	2
Zelfkennis	2
Geld als middel zien, niet als doel, inzicht kosten/ uitgaven	2
Ondernemers mentaliteit	1
Nieuwsgierig	1
Ontwikkelingsgericht	1
Kwaliteit	1
Concreet	1
Goed bedrijfsresultaat	1
Gemotiveerd	1

### Welk verschil ziet u tussen mannelijke en vrouwelijke ondernemers?

Verder is aan alle belanghebbenden de open vraag gesteld of zij een verschil zagen tussen mannelijke en vrouwelijke ondernemers. Hoewel 15 respondenten aangeven dat zij geen verschil zien tussen mannen en vrouwen, ziet een ruime meerderheid van de belanghebbenden dat verschil wel. Een groot deel hiervan geeft aan dat vrouwen meer mensgericht zijn en meer rekening houden met de omgeving. Mannen daarentegen worden gezien als meer doelgericht, willen resultaat maken en groter worden (30 respondenten). Een verschil dat ook vaak werd genoemd is dat vrouwen minder risico's durven te nemen, dat zij voorzichtiger zijn dan mannen (18 respondenten). Ook hebben een aantal (9) respondenten aangegeven dat vrouwen socialer zijn en communicatief sterker dan mannen. Ook is de ervaring dat vrouwen bescheidener zijn en beter en langer nadenken voordat zij een beslissing nemen. Hierdoor vermoeden de respondenten dat vrouwen vaak een kleiner bedrijf hebben dan mannen. Verder is aangegeven dat vrouwen meer emoties tonen (4). Een aantal verschillen is door slechts één of twee respondenten aangegeven, dit zijn onder andere: mannen zijn egoïstischer, vrouwen zijn preciezer, vrouwen zijn minder ambitieus, vrouwen herkennen kansen minder snel en ook gaf 1 respondent aan dat de verschillen te veel zijn om op te noemen. Tabel 5 geeft een overzicht van de antwoorden op deze vraag.

Tabel 5: open vraag verschillen tussen mannelijke en vrouwelijke ondernemers.

Verskil	Hoe vaak spontaan genoemd?
Vrouwen meer mens/omgeving gericht, mannen meer doelgericht (resultaat), harder in zaken doen. Mannen willen groter worden.	30
Vrouwen durven vaak minder risico's te nemen, voorzichtiger, mannen wel.	18
Geen verschil.	15
Vrouwen zijn communicatief sterker, socialer.	9
Vrouwen denken beter en langer na voor ze een beslissing nemen.	7
Vrouwen bescheidener.	6
Vrouwen vaak kleiner bedrijf en het soort bedrijf.	5
Geen ervaring mee.	4
Vrouwen tonen meer emoties, mannen meer ratio.	4
Mannen zijn meer egoïstisch.	2
Vrouwelijk netwerk vaak hechter.	1
Minder haantjes gedrag bij vrouwen.	1
Vrouwen voelen situaties beter aan.	1
Vrouwen laten vaker hun intuïtie meespelen.	1
Vrouwelijke ondernemers moeten harder vechten.	1
Vrouwen zijn preciezer.	1
Teveel om hier op te noemen.	1
Vrouwen vaak minder ambitieus.	1
Vrouwen zien kansen minder snel in.	1
Vrouwen hebben meer aanleg.	1

## **Conclusie en aanbevelingen**

Hebben vrouwelijke ondernemers mogelijk last van sekse stereotypen van belanghebbenden bij het verkrijgen van startkapitaal, vergunningen en adviezen? Belanghebbenden zijn bankiers, vergunningverstrekkers, franchisegevers en organisatie-adviseurs. Uit de resultaten van 101 door belanghebbenden ingevulde vragenlijsten over typische kenmerken van mannen, vrouwen en ondernemers bleek dat het beeld van een succesvolle ondernemer vooral gelijkgesteld wordt aan mannelijke ondernemers. Aan vrouwelijke ondernemers worden andere kenmerken toegeschreven dan aan mannelijke ondernemers, maar deze worden niet als belangrijkst gezien voor het zijn van een succesvolle ondernemer.

Algemene stereotypen van mannen en vrouwen staan wat verder af van het stereotype beeld van een succesvolle ondernemer, maar er kan voorzichtig gesteld worden dat algemene mannelijke kenmerken meer samenhangen met ondernemerschap dan algemene vrouwelijke kenmerken. Wat opvallend is, is dat vrouwelijke belanghebbenden vrouwelijke ondernemers meer associëren met een succesvolle ondernemer dan dat mannelijke belanghebbenden dat doen. Ook leeftijd van belanghebbenden zorgt voor een verschil in perceptie. Belanghebbenden van 40 jaar en ouder hebben nog een meer traditioneel beeld van ondernemers, en associëren succesvolle ondernemers meer met mannelijke ondernemers dan met vrouwelijke ondernemer. Jongere belanghebbenden zien dat verschil niet zo sterk.

De belangrijkste conclusie is dat er andere stereotype beelden bestaan over mannelijke en vrouwelijke ondernemers, en dat het beeld van mannelijke ondernemers meer overeenkomt met het beeld van succesvolle ondernemers. Als belanghebbenden een inschatting moeten maken over toekomstig succes van een ondernemer, zoals voor het verstrekken van startkapitaal, kan dit voor vrouwelijke ondernemers dus averechts uitpakken.

Hoe kunnen vrouwelijke ondernemers rekening houden met het stereotype beeld over vrouwelijke ondernemers?

1. Onderzoek heeft aangetoond dat stereotype beelden een minder grote rol spelen wanneer mensen elkaar beter leren kennen. Als mensen elkaar beter kennen beoordelen ze elkaar meer op minder direct zichtbare kwaliteiten, zoals persoonlijke eigenschappen en competenties. Een tip is dus dat als een vrouwelijke ondernemer te maken heeft met een belanghebbende, zij moet proberen om de ander de kans te geven om haar beter te leren kennen. Zorg bijvoorbeeld voor een goede presentatie van het bedrijf, wijs op successen en doelen van de organisatie, kortom, beklemtoon met de inhoud van je verhaal een aantal van de eigenschappen die worden toegeschreven aan succesvolle ondernemers.
2. Onderzoek naar het "glazen plafond" heeft uitgewezen dat toegang tot het "oude-jongens-krentenbrood-netwerk" een van de meest effectieve manieren is voor vrouwen om door het

stereotype beeld van vrouwen heen te breken. Het is echter lastig om toegang tot zo'n netwerk te krijgen. Effectief is coaching: een ondernemer met status en standing in het "oude-jongens-krentenbrood-netwerk" gaat een coachingsrelatie aan met een jonge, vrouwelijke ondernemer en introduceert haar in relevante netwerken. Dit soort netwerk-coaching is effectiever dan emotionele steun bieden, wat vaak onder coaching wordt verstaan. Netwerken zijn essentieel voor succesvolle ondernemingen voor het verkrijgen van toegang tot kennis, afnemers en kapitaal. Nodig jezelf uit bij een ondernemer met status en standing en vraag om coaching. Presenteer jezelf volgens de tips uit punt één.

3. Vrouwelijke belanghebbenden oordelen positiever over het profiel van vrouwelijke ondernemers als succesvolle ondernemers. Het kan dus een voordeel zijn om bij het verkrijgen van voor jou belangrijke middelen zaken te doen met een vrouwelijke belanghebbende. Aan de andere kant: ook vrouwelijke belanghebbenden hebben te maken met vooroordelen gebaseerd op sekse. Weet je zeker dat de vrouwelijke belanghebbende waarmee je zaken doet wel toegang heeft tot de goede netwerken? Probeer daar zicht op te krijgen. Beperk je niet tot vrouwen-netwerken, een succesvolle ondernemer heeft baat bij een groot maar vooral bij een divers netwerk.
4. Geloof in jezelf, het stereotype beeld van vrouwelijke ondernemers gaat niet over jou. Het risico bestaat dat vrouwen zich gaan gedragen naar het stereotyp dat over vrouwelijke ondernemers in het algemeen bestaat. Dit wordt het Pygmalion-effect genoemd. Wetende dat belanghebbenden anders denken over mannelijke en vrouwelijke ondernemers, gaan vrouwen zich bescheiden, zorgzaam en bedachtzaam opstellen. Niet doen. Blijf jezelf, geloof in de kracht van je onderneming. Je weet toch waarom je voor jezelf bent begonnen? Ga er dan ook voor.

Wat kunnen belanghebbenden leren van de resultaten van dit onderzoek?

1. Belanghebbenden zijn gebaat bij het nemen van accurate beslissingen. Van beslissingen die worden genomen "op gevoel" is aangetoond dat deze niet accuraat zijn. Beter is het om heldere criteria te hebben om kandidaat-ondernemers op te beoordelen. Voor het verkrijgen van heledere criteria moet eerst een analyse gedaan worden van de kenmerken die bepalend zijn voor daadwerkelijk succes. Dit rapport geeft geen antwoord op belangrijke criteria voor het toekomstig succes van ondernemers, omdat slechts is gevraagd naar beeldvorming. Er is veel onderzoek gedaan naar ondernemers kenmerken die (financieel) succes van organisaties voorspellen. Lees hiervoor bijvoorbeeld het artikel van Barringer, Jones en Neubaum (2005).
2. Stereotypen over mannen en vrouwen lijken bij jongere generaties te eroderen: ook uit dit onderzoek komt naar voren dat jongeren minder scherp onderscheid maken tussen "typisch mannelijk" en "typisch vrouwelijk" (Schein, 2001). Het gaat echter te ver om te stellen dat het probleem van stereotypen zichzelf oplost. Stereotypen zijn hardnekkig en leiden een onderhuids bestaan. De belangrijkste tip is misschien wel om zelf steeds waakzaam te blijven bij het nemen van beslissingen: ken je degene over wie je een beslissing neemt echt goed genoeg om je beslissing te kunnen onderbouwen? Bij twijfel geldt eerst verder uitzoeken.

3. Belanghebbenden kunnen zich actief sterk maken voor het bieden van kansen aan vrouwelijke ondernemers, bijvoorbeeld door zich op te werpen als coach en hen toegang te bieden tot hun netwerken.

### ***Ten slotte***

Ondanks de beperkte omvang van de steekproef is met dit onderzoek aangetoond dat het stereotype beeld van succesvol ondernemen inderdaad nog steeds een “macho-business” beschrijft. Het is belangrijk om doelgroepen van vrouwelijke ondernemers en belanghebbenden bewust te maken van de onderzoeksresultaten, omdat dit de eerste stap is op weg naar het laten eroderen van deze stereotypen. Want nogmaals: stereotypen hebben niets te maken met daadwerkelijke kwaliteiten van mensen, maar leiden slechts tot vooroordelen en benadeling van groepen mensen in de maatschappij.

10 juni 2009



## **Referentielijst en verder lezen**

- Acker, J., (1990). Hierarchies, jobs, bodies: A theory of gendered organizations. *Gender and society*, 4, 139-158.
- Barringer, B. R., Jones, F. F., & Neubaum, D. O. (2005). A quantitative content analysis of the characteristics of rapid-growth firms and their founders. *Journal of Business Venturing*, 20, 663-687.
- Risseeuw, P. & Thurik, R. (2003). *Handboek ondernemers & adviseurs*. Den Haag: Kluwer.
- Schein, V. E. (1975). Relationships between sex role stereotypes and requisite management characteristics among female managers. *Journal of Applied Psychology*, 60, 340-344.
- Schein, V.E. (2001). A global look at psychological barriers to women's progress in management. *Journal of social issues*, 57, 675-688.
- Verheul, I. & Thurik, R. (2001). Start-up capital: Does gender matter? *Small Business Economics*, 16, 329-345.