



Ministerie van Buitenlandse Zaken

# *De positie van de vrouwelijke internationale ondernemer*

*Een literatuurstudie naar behoeften, motieven en belemmeringen*

*Uitgevoerd door Rijksdienst voor Ondernemend Nederland*



## GENDER ANALYSE

### **Desk Study** **De positie van vrouwelijke internationale ondernemer**

1 juni 2018

Juni 2018

Drs. L. van Weerden en Drs. J. Martens

In opdracht van Rijksdienst voor Ondernemend Nederland ([www.rvo.nl](http://www.rvo.nl)) en Directie Internationaal Ondernemen van het Ministerie van Buitenlandse Zaken

Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand of openbaar gemaakt worden in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch of door fotokopieën, opname, of op enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de auteurs.

## INHOUD

Inleiding onderzoek internationalisering van vrouwelijke ondernemers .....	4
1. Hoe ziet het landschap van vrouwelijk ondernemerschap met betrekking tot internationaal ondernemen eruit?.....	6
1.1. Het Nederlandse bedrijfsleven .....	6
1.2. Sectoren .....	7
1.3. Export .....	8
1.4. Exportwaarde, regio's, leeftijdsverdeling en bedrijfsgrootte .....	11
1.5. Samenvatting.....	15
2. Welke behoeften hebben vrouwelijke ondernemers uit Nederland met betrekking tot internationaal ondernemen?.....	17
2.1. Behoefte aan flexibele werktijden .....	17
2.2. Werk-privé balans .....	18
3. Wat zijn de motieven van vrouwelijke ondernemers uit Nederland om internationaal te ondernemen?.....	21
3.1. Strategische redenen.....	21
3.2. Persoonlijke redenen.....	21
4. Welke belemmeringen ervaren vrouwelijke ondernemers in Nederland? .....	23
4.1. Genderongelijkheid .....	23
4.2. Infrastructurele belemmeringen.....	24
4.3. Netwerkbelemmeringen .....	24
4.4. Belemmeringen op het gebied van regelgeving.....	25
4.5. Belemmeringen in relatie tot tijd en kosten voor reizen .....	26
4.6. Overige belemmeringen.....	26
4.6.1. <i>Gebrek aan kennis over internationaal zakendoen</i> .....	26
4.6.2. <i>Gebrek aan rolmodellen</i> .....	27
5. Conclusies en aanbevelingen .....	28
Geraadpleegde rapporten.....	29
References.....	31
Geraadpleegde organisaties – bedrijven – personen .....	33

## INLEIDING ONDERZOEK INTERNATIONALISERING VAN VROUWELIJKE ONDERNEMERS

Als gevolg van globalisering is, en wordt internationaal ondernemen steeds belangrijker voor de economische groei van Nederland. Om internationalisering van ondernemers te stimuleren, voert RVO.nl in opdracht van het ministerie van Buitenlandse Zaken een handelsinstrumentarium uit met activiteiten en projecten om de handel met het buitenland te bevorderen. Deze dienstverlening is gericht op het verstrekken van kennis en informatie, netwerk en contacten, (lokale) belangenbehartiging en financiering.

In december 2017 heeft de Afdeling Internationaal Ondernemen van RVO.nl aan Drs. Louise van Weerden de opdracht verstrekt om onderzoek te doen naar de internationaliseringsbehoeftes van vrouwelijke ondernemers en de uitdagingen en drempels die zij ervaren bij internationaal ondernemen. Het huidige beperkte inzicht in de doelgroep vrouwelijke ondernemers met internationale ambities was de aanleiding voor dit onderzoek. Op basis van actuele feiten en (wetenschappelijke) kennis wordt een breder inzicht verkregen in de internationalisering van vrouwen met een eigen onderneming. Dit inzicht kan duidelijkheid geven over de vraag of vrouwelijke MKB ondernemers momenteel ondervertegenwoordigd zijn als klant van de verschillende handelsinstrumenten. Mocht dat blijken uit dit onderzoek, dan kan RVO.nl de toegang en werkwijze van het huidige handelsinstrumentarium doelgerichter maken om vrouwelijke MKB-ondernemers te stimuleren internationale activiteiten te starten dan wel uit te breiden.

Dit onderzoek naar internationalisering van vrouwelijke ondernemers wordt uitgevoerd door drs. Louise van Weerden, ZZP'er en parttime lector "Internationale Handel voor het MKB", Saxion, in samenwerking met drs. Jeanne Martens en mr. Dorrit Theunissen verbonden aan het Lectoraat Ondernemerschap van de Hogeschool van Amsterdam. Het onderzoek bestaat uit twee fasen: een desk study en een analyse van de handelsinstrumenten. De resultaten van de desk study uit de eerste fase, zullen worden gebruikt voor het opstellen van een kader voor het uitvoeren van een quick scan van het handelsinstrumentarium in de tweede fase met als doel de toegankelijkheid van deze instrumenten voor vrouwelijke ondernemers te analyseren.

Wanneer er over ondernemer wordt gesproken in dit rapport zal, tenzij anders aangegeven, de definitie van het Centraal Bureau voor de Statistiek (2018) (1) gehanteerd worden, namelijk "Een persoon die arbeid verricht voor eigen rekening of

risico in eigen bedrijf of praktijk (zelfstandig ondernemer) of als directeur in loondienst van een eigen bedrijf (directeur-groootaandeelhouder).

In deze rapportage worden de resultaten van de desk study weergegeven. Het doel van de desk study is het inventariseren van bestaand onderzoek (Nederlands, EU) op het gebied van specifieke behoeften van vrouwelijke ondernemers bij internationaal zakendoen.

Deze inventarisatie van secundaire data zal worden gebruikt om onderstaande onderzoeksvragen te beantwoorden:

1. Hoe ziet het “landschap” van vrouwelijk ondernemerschap met betrekking tot internationaal ondernemen er uit (aantal, sector, omvang)?
2. Welke behoeften hebben vrouwelijke ondernemers uit Nederland met betrekking tot internationaal ondernemen?
3. Wat zijn de motieven van vrouwelijke ondernemers uit Nederland om internationaal te ondernemen?
4. Welke belemmeringen ervaren vrouwelijke ondernemers uit Nederland met betrekking tot internationaal ondernemen?

De rapportage bestaat uit vier paragrafen, een lijst met geraadpleegde rapporten en een bronnenlijst van wetenschappelijke artikelen. In de eerste paragraaf wordt ingegaan op de cijfers: hoe ziet het landschap van vrouwelijk ondernemerschap met betrekking tot export eruit? Hier komt onder andere aan bod in welke branches ze actief zijn. In paragraaf twee worden de behoeften beschreven van vrouwen om internationaal te ondernemen, om vervolgens in paragraaf drie in te gaan op hun motieven en in paragraaf vier op de belemmeringen. De desk study wordt in paragraaf 5 afgerond met de conclusies en aanbevelingen.

# 1. HOE ZIET HET LANDSCHAP VAN VROUWELIJK ONDERNEMERSCHAP MET BETREKKING TOT INTERNATIONAAL ONDERNEMEN ERUIT?

## 1.1. HET NEDERLANDSE BEDRIJFSLEVEN

Alvorens in te gaan op het aantal vrouwelijke ondernemers in Nederland en specifiek zij die internationaal actief zijn, is het belangrijk om een beeld te schetsen van het Nederlandse bedrijfsleven in zijn algemeenheid. In het eerste kwartaal van 2018 telde Nederland 1.665.795 bedrijven. Het merendeel is eenmanszaken, namelijk 1.318.375 (2). Landbouw is de sector waar veruit het grootste aantal ondernemers werkzaam is.

Volgens het CBS (2016) wordt de groei van het aantal ondernemingen met name veroorzaakt door een toename in het aantal kleine bedrijven ofwel de zzp'ers (zelfstandige zonder personeel). Het aantal vrouwelijke ondernemers groeit zowel absoluut als relatief: van 31,9% van het totaal aantal ondernemers begin 2010 (355.679 vrouwelijke ondernemers) naar 35,1 % per 1 januari 2016 (519.613 vrouwelijke ondernemers). Mogelijke oorzaken voor deze groei zijn de toenemende populariteit om een eigen bedrijf te starten door enerzijds gedwongen ontslag en anderzijds als extra verdienste naast een vaste baan. Vooral bij parttime zzp'ers (parttime betekent wanneer ondernemers maximaal 15 uur per week besteden aan ondernemerschap, KvK) (3) neemt het aantal vrouwen toe: de verhouding man/vrouw ligt hier op 60/40. Deze verhouding zal naar verwachting van de KvK nog verder naar elkaar toegroeien omdat sinds 2010 ongeveer 43% van de starters vrouw is (KvK, 2016). In 2016 zijn er voor het eerst meer vrouwen (52%) dan mannen die starten als parttime zelfstandige. Terwijl in 2015 de mannen nog in de meerderheid (51%) waren in dit segment, is het aantal parttime zzp'ers in 2016 met 5% toegenomen; in totaal met 219.079. Het aandeel vrouwen als parttime zelfstandige is gestegen tot 46% (Kamer van Koophandel, 2016). Ook bij fulltime zzp'ers stijgt het aandeel vrouwelijke ondernemers sinds 2010 van 30% naar 34% en in het MKB van 34% naar 35% (4). Bovenstaande cijfers geven aan dat het aantal vrouwelijke ondernemers groeit in Nederland.

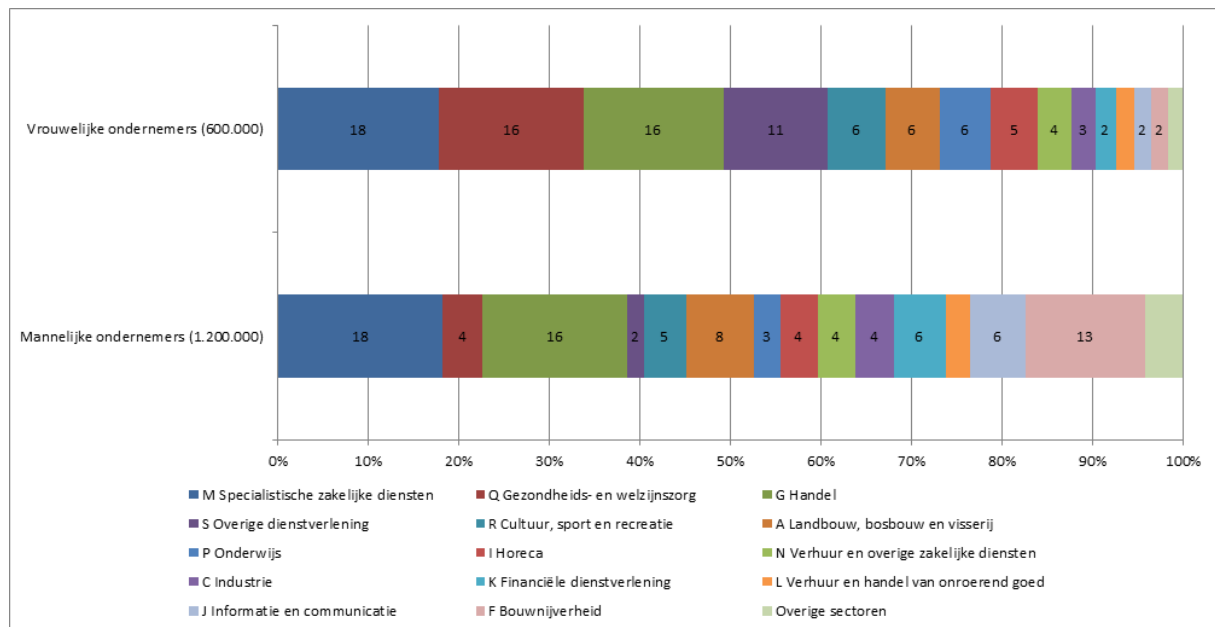
Uit onderzoek van de EU (2014) blijkt dat mannen meer uren werken in hun bedrijf dan vrouwen. Naarmate er meer parttime wordt gewerkt in een land, is het verschil in uren tussen mannen en vrouwen groter. Zoals bijvoorbeeld in Nederland, waar veel vrouwen met een eigen bedrijf parttime werken (Merens, Bucx, & Meng, 2017). Nederland komt daardoor in de groep van landen die het hoogst scoren voor wat betreft parttime ondernemers, samen met, onder andere, het Verenigd Koninkrijk en Malta (5). Dat Nederlandse vrouwen veelal kleine bedrijven hebben blijkt niet alleen uit cijfers van KvK, CBS en onderzoek van Europese Unie (5) maar ook uit

internationaal wetenschappelijk onderzoek (Chatterji, Glaeser, & Kerr, 2014; Georgellis & Wall, 2005; Lee, 2015).

Nederland staat in de top vijf van de tien beste landen voor vrouwelijk ondernemerschap en scoort een 69,3 op een schaal van 0-100 voor wat betreft het ondernemingsklimaat en de mogelijkheden voor het ontplooiën van individuele ambities (GEDI: the Female Entrepreneurship index, 2015) (6). Vrouwelijke ondernemers vergroten hun welzijn en welvaart door het creëren van banen, innovatieve producten, processen, diensten en internationale handel (GEM Woman's Entrepreneurship 2016/2017 report) (7). In de volgende paragraaf wordt beschreven in welke sectoren de vrouwelijke exporterende ondernemers zich bevinden, voor welke exportwaarde, in welke exportregio's ze actief zijn, wat hun leeftijdsverdeling is en de omvang van bedrijven naar werknemers hoe groot hun bedrijven zijn. Deze gegevens zijn afgezet tegen de gegevens van de mannelijke exporterende ondernemers.

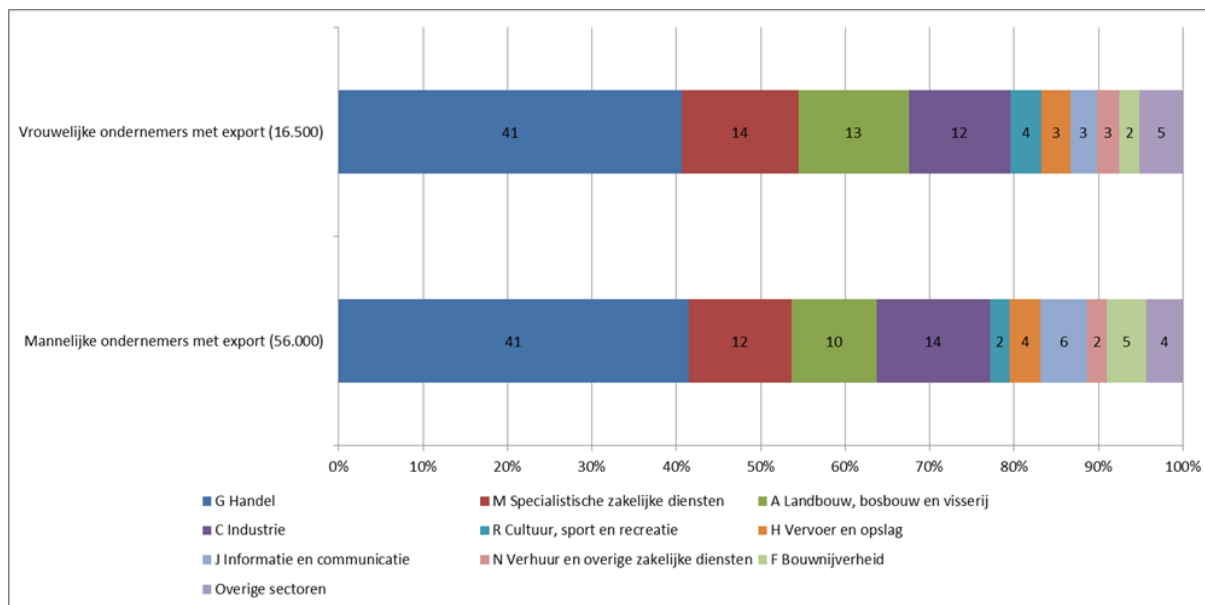
## 1.2. SECTOREN

In 2016 heeft het CBS in opdracht van BZ DIO een onderzoek gedaan naar Nederlands internationaal vrouwelijk ondernemerschap. Uit dit onderzoek blijkt dat vrouwen en mannen niet in dezelfde sectoren werkzaam zijn. Dit geldt in zijn algemeenheid voor vrouwelijk en mannelijk ondernemerschap maar ook als specifiek gekeken wordt naar internationaal ondernemen.



Figuur 1 Verdeling van sectoren waarin ondernemers (m/v) actief zijn





Figuur 2 Verdeling van sectoren waarin ondernemers (m/v) internationaal actief zijn

Vrouwen zijn vaker dan mannen enkel op nationaal niveau actief, doordat zij werkzaam zijn in sectoren waarin minder internationale activiteiten plaatsvinden. Uit de gegevens van het CBS (2016) blijkt dat in bepaalde sectoren zoals gezondheids- en welzijnszorgsector en in overige dienstverlening veel vrouwen actief zijn, respectievelijk 64% en 74%. De cijfers laten tevens zien dat vrouwen werkzaam in deze sectoren niet internationaal actief zijn. Echter, ook in sectoren die zich wel lenen voor export (zie tabel 1, paragraaf 1.3.), zijn vrouwen minder vaak internationaal actief dan mannen.

### 1.3. EXPORT

Volgens het CBS (2014) exporteren 54860 (4,6%) van de mannelijke ondernemers en exporteren 15890 (2,7%) van de vrouwelijke ondernemers. Wanneer de percentages uit tabel 1 nader worden bekeken blijkt de verhouding 100 mannelijke exporteurs tegenover 58 vrouwelijke exporteurs. Een deel van dit verschil kan worden verklaard doordat vrouwen werkzaam zijn in sectoren waarin weinig wordt geëxporteerd, zoals bijvoorbeeld de zorg en het onderwijs. Ook zijn vrouwen vaker actief in kleinere bedrijven en die exporteren minder vaak dan middelgrote en grote bedrijven (Chatterji et al., 2014; Lee, 2015).

Het CBS (2014) heeft de cijfers van Tabel 1 gecorrigeerd voor de verschillen in populatiesamenstelling door middel van een regressieanalyse (voor de verklarende

variabelen: geslacht; grootte bedrijf; leeftijdsgroep; en sector indeling) en dan blijkt dat tegenover 100 mannelijke exporteurs er 67 vrouwelijke exporteurs staan.

De exportgegevens zijn gebaseerd op de gegevens uit de statistiek Internationaal Handel in Goederen (8) welke gekoppeld zijn aan het Algemeen Bedrijven Register van het CBS (9). Bedrijven die op jaarbasis tenminste €5.000 exporteren worden als exporteur aangemerkt.

sectienaam	Exportstatus	Mannen	Vrouwen	Deel ondernemers dat exporteert		Percentage mannen dat exporteert	Percentage vrouwen dat exporteert
				Percentage vrouwen			
A Landbouw, bosbouw en visserij	J	5510	2130	6%	29%	6%	6%
A Landbouw, bosbouw en visserij	N	85210	34180				
B Delfstoffenwinning	J	30	0	13%	8%	16%	0%
B Delfstoffenwinning	N	190	20				
C Industrie	J	7530	1930	14%	24%	17%	14%
C Industrie	N	43130	13810				
D Energievoorziening	J	10	0	1%	15%	1%	0%
D Energievoorziening	N	1370	240				
E Waterbedrijven en afvalbeheer	J	120	30	10%	10%	10%	27%
E Waterbedrijven en afvalbeheer	N	1190	110				
F Bouwnijverheid	J	2520	380	2%	7%	2%	4%
F Bouwnijverheid	N	153630	10780				
G Handel <sup>1</sup>	J	23290	6610	11%	33%	14%	8%

<sup>1</sup> De sector G Handel omvat: Voeding en levende dieren; Dranken en tabak; Grondstoffen, niet eetbaar, behalve brandstoffen; Minerale brandstoffen, smeermiddel e.d. producten; dierlijke en plantaardige oliën en vetten; Chemische producten; Fabrikaten, hoofdzakelijk gerangschikt volgens de grondstoffen; Machines en vervoermaterieel; Diverse gefabriceerde goederen; en Niet afzonderlijk genoemde goederen (CBS)

<sup>2</sup> De sector M Specialistische zakelijke diensten omvat: gespecialiseerde professionele wetenschappelijke en technische activiteiten. Deze activiteiten vereisen een hoge opleiding en stellen specifieke kennis ter beschikking. (CBS)

G Handel	N	166110	85540				
H Vervoer en opslag	J	1850	490	4%	16%	4%	6%
H Vervoer en opslag	N	45770	8760				
I Horeca	J	140	40	0%	38%	0%	0%
I Horeca	N	49600	31030				
J Informatie en communicatie	J	2880	460	4%	14%	4%	4%
J Informatie en communicatie	N	70540	11040				
K Financiële dienstverlening	J	940	200	1%	16%	1%	2%
K Financiële dienstverlening	N	67340	13100				
L Verhuur en handel van onroerend goed	J	200	50	1%	26%	1%	0%
L Verhuur en handel van onroerend goed	N	32470	11620				
M Specialistische zakelijke diensten <sup>2</sup>	J	6500	2160	3%	33%	3%	2%
M Specialistische zakelijke diensten	N	210950	103550				
N Verhuur en overige zakelijke diensten	J	1290	410	2%	31%	3%	2%
N Verhuur en overige zakelijke diensten	N	47950	21850				
O Openbaar bestuur en overheidsdiensten	J	0		0%	8%	0%	
O Openbaar bestuur en overheidsdiensten	N	110	10				
P Onderwijs	J	350	170	1%	49%	1%	1%
P Onderwijs	N	33850	33300				
Q Gezondheids- en welzijnszorg	J	160	110	0%	64%	0%	0%
Q Gezondheids- en welzijnszorg	N	52660	94870				

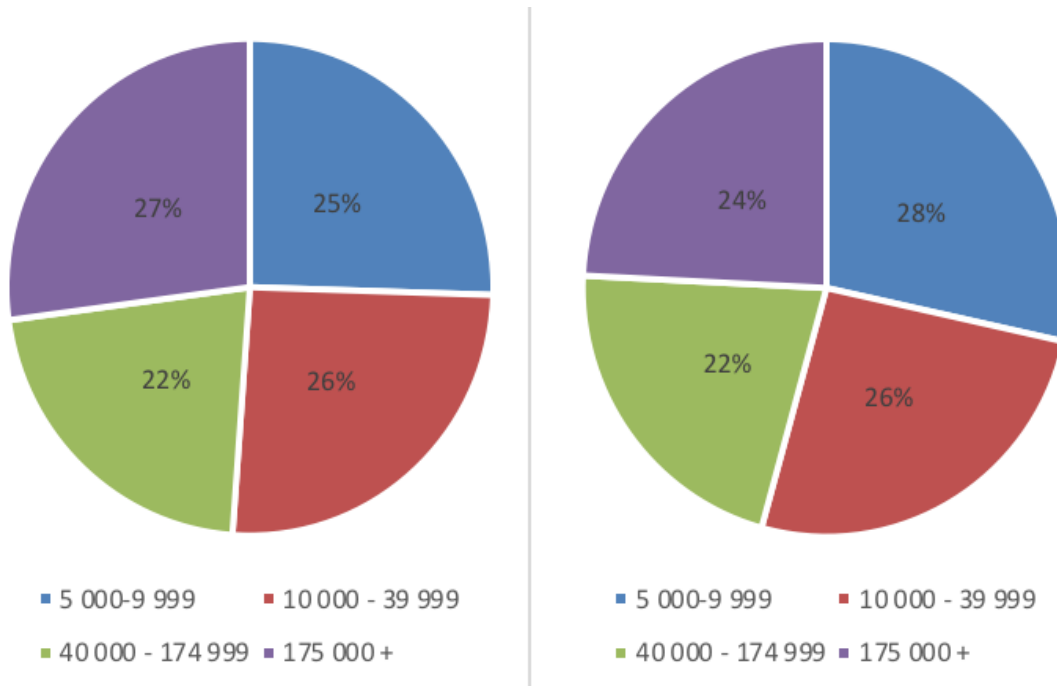
R Cultuur, sport en recreatie	J	1190	540	2%	41%	2%	1%
R Cultuur, sport en recreatie	N	53090	37260				
S Overige dienstverlening	J	350	180	1%	74%	2%	0%
S Overige dienstverlening	N	23160	68130				
T Huishoudens	N	10	10	100%	50%		
U Extraterritoriale organisaties	N	0					

*Tabel 1: Aantallen ondernemers met exportactiviteiten, uitgesplitst naar SBI en geslacht (bron: CBS 2014)*

Binnen iedere branche ligt het percentage exporterende mannen en vrouwen aanzienlijk uit elkaar met als uitzondering Landbouw, bosbouw en visserij, waar de percentages vrijwel gelijk zijn. In de sectoren Waterbedrijven en afvalbeheer en Industrie zijn de vrouwelijke exporteurs procentueel het beste vertegenwoordigd, echter in absolute aantallen zijn zij in de minderheid. Zowel voor de exporterende mannen als vrouwen zijn de absolute aantallen het grootste in branche Handel. De andere drie branches liggen in absolute aantallen niet ver van elkaar.

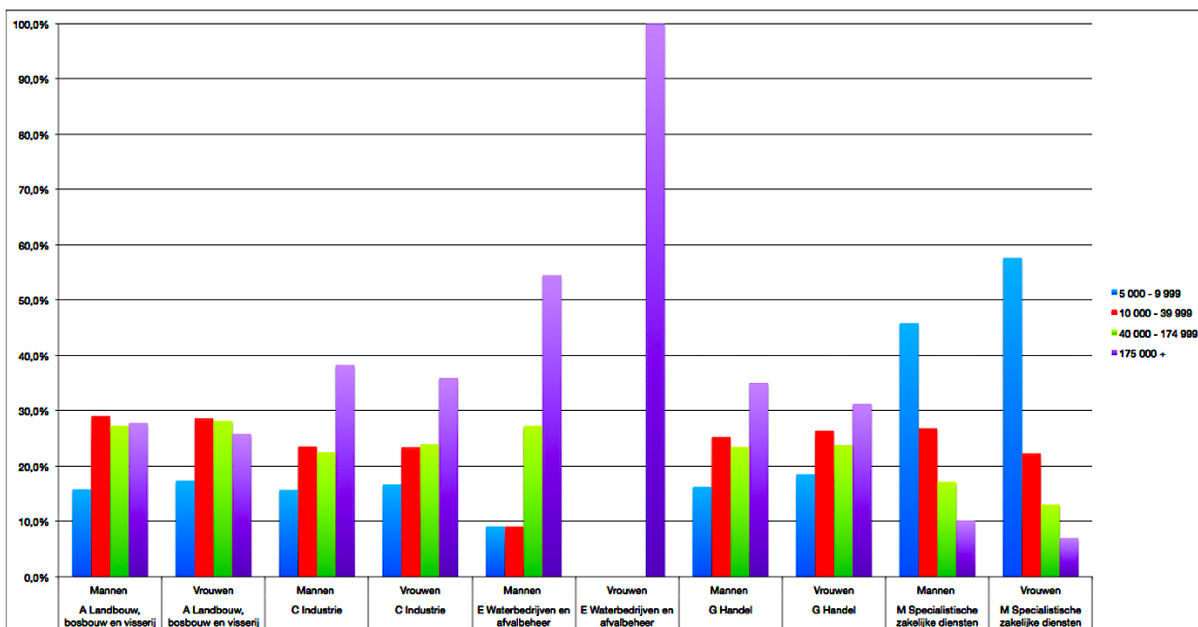
#### 1.4. EXPORTWAARDE, REGIO'S, LEEFTIJDVERDELING EN BEDRIJFSGROOTTE

De verdeling van de percentages van de exportwaarde (hoeveelheid goederen vermenigvuldigd met de prijs) van mannelijke ondernemers is min of meer gelijk met die van de vrouwelijke ondernemers. Bij de lagere exportwaarde ligt het percentage van de vrouwelijke ondernemers iets hoger en bij de hoogste exportwaarde ligt het percentage vrouwelijke ondernemers iets lager (Figuur 4).



*Figuur 4 Percentages mannelijke exporteurs naar exportwaarde (links) en vrouwelijke exporteurs naar exportwaarde (rechts) (bron: CBS 2014)*

De exportwaarde wordt verder onderzocht naar de sectoren waar het aandeel vrouwelijke ondernemers het grootste is (zowel absoluut als relatief). Dit zijn de sectoren A Landbouw, bosbouw en visserij, C industrie, E Waterbedrijf en afvalbeheer, G Handel en M Specialistische zakelijke diensten (Figuur 5).



*Figuur 5 Percentages mannelijke exporteurs en vrouwelijke exporteurs naar exportwaarde binnen de branches A Landbouw, bosbouw en visserij, C Industrie, E Waterbedrijven en afvalbeheer, G Handel en M Specialistische zakelijke diensten (bron: CBS 2014)*

In de sector E Waterbedrijf en afvalbeheer valt op dat er alleen vrouwelijke ondernemers zijn met een exportwaarde van 175.000+. Binnen de sectoren C Industrie, G Handel en A Landbouw, bosbouw en visserij ligt de exportwaarde van de mannelijke en vrouwelijke ondernemers dicht bij elkaar. Het grootste verschil is te vinden binnen de exportwaarde 175.000+ waar het percentage mannelijke ondernemers tussen de 2 en 4% hoger ligt dan het percentage vrouwelijke ondernemers. De sector M Specialistische zakelijke diensten laat een ander beeld zien dan de hiervoor behandelde sectoren. De vrouwelijke ondernemers hebben een significant hoger percentage in de exportwaarde van 5.000-9.999 namelijk 12% meer dan de mannelijke ondernemers.

Samenvattend kunnen we stellen dat de procentuele verdeling van vrouwelijke en mannelijke ondernemers binnen de verschillende exportwaardes vrijwel gelijk is. Wanneer er specifiek naar de sectoren wordt gekeken, vallen de sectoren E Waterbedrijf en afvalbeheer en M Specialistische zakelijke diensten op. Voor E geldt dat een klein aantal vrouwelijke ondernemers een bedrijf heeft met een exportwaarde van 175.000+. En voor M geldt dat er procentueel meer vrouwelijke ondernemers kleinere bedrijven hebben met een exportwaarde van 5.000-9.999.

Als we kijken naar de CBS (2014) (10) cijfers van de regio's waar de mannelijke en vrouwelijke ondernemers naar exporteren, dan zijn er geen opvallende verschillen te constateren. Het grootste deel van de export, ongeveer 64%, blijft binnen de Europese Unie. Andere regio's zoals Afrika, Noord-Amerika, Oceanië, Midden-Oosten, Oost Europa, Azië en Midden en Zuid-Amerika liggen qua percentage dicht bij elkaar, tussen de 2 en 8%. In tabel 2 is de procentuele verdeling van mannelijke en vrouwelijke exporteurs verdeeld binnen de sectoren naar regio. Kijkend naar de vier eerder besproken sectoren, dan is te zien dat de vrouwelijke exporteurs 2-8% meer exporteren binnen de EU dan de mannelijke exporteurs. Binnen sector A Landbouw, bosbouw en visserij is het 8% meer, binnen sector C Industrie is het 2% meer, binnen sector G Handel is het 3% en binnen sector M Specialistische zakelijke diensten is het 7% meer.

sectienaam	Geslacht	Australië			Midden		MiddenZuid	Noord	Oost	West		
		Afrika	Oceanië	Azië	EU	Oosten	Amerika	Amerika	Europa	Overig	Europa	
A Landbouw, bosbouw en visserij	Mannen	2%	1%	2%	84%	1%		2%	2%	2%	0%	4%
A Landbouw, bosbouw en visserij	Vrouwen	0%	0%	1%	92%	0%		1%	2%	1%	0%	3%
B Delfstoffenwinning	Mannen	0%	0%	0%	100%	0%		0%	0%	0%	0%	0%
B Delfstoffenwinning	Vrouwen											
C Industrie	Mannen	5%	4%	8%	50%	5%		5%	8%	4%	0%	11%
C Industrie	Vrouwen	4%	4%	7%	52%	5%		5%	7%	4%	0%	11%
D Energievoorziening	Mannen	0%	0%	0%	100%	0%		0%	0%	0%	0%	0%
D Energievoorziening	Vrouwen											
E Waterbedrijven en afvalbeheer	Mannen	6%	0%	6%	75%	0%		0%	0%	6%	0%	6%
E Waterbedrijven en afvalbeheer	Vrouwen	0%	0%	0%	100%	0%		0%	0%	0%	0%	0%
F Bouwnijverheid	Mannen	2%	2%	3%	76%	2%		3%	3%	3%	1%	4%
F Bouwnijverheid	Vrouwen	2%	2%	2%	82%	2%		2%	2%	2%	0%	2%
G Handel	Mannen	5%	2%	6%	55%	5%		6%	5%	6%	0%	10%
G Handel	Vrouwen	4%	2%	6%	58%	4%		5%	5%	5%	0%	10%
H Vervoer en opslag	Mannen	4%	2%	5%	66%	4%		4%	4%	4%	0%	6%
H Vervoer en opslag	Vrouwen	3%	2%	5%	71%	5%		3%	3%	3%	0%	5%
I Horeca	Mannen	0%	0%	0%	100%	0%		0%	0%	0%	0%	0%
I Horeca	Vrouwen	0%	0%	0%	100%	0%		0%	0%	0%	0%	0%
J Informatie en communicatie	Mannen	1%	1%	3%	87%	1%		1%	3%	1%	0%	3%
J Informatie en communicatie	Vrouwen	2%	0%	4%	88%	0%		0%	2%	0%	0%	4%
K Financiële dienstverlening	Mannen	3%	1%	5%	73%	2%		3%	4%	3%	0%	6%
K Financiële dienstverlening	Vrouwen	4%	0%	4%	75%	0%		0%	4%	4%	0%	8%
L Verhuur en handel van onroerend goed	Mannen	0%	0%	0%	90%	0%		0%	0%	5%	0%	5%
L Verhuur en handel van onroerend goed	Vrouwen	0%	0%	0%	100%	0%		0%	0%	0%	0%	0%
M Specialistische zakelijke diensten	Mannen	2%	1%	4%	74%	2%		2%	6%	2%	0%	7%
M Specialistische zakelijke diensten	Vrouwen	2%	1%	4%	81%	2%		1%	4%	1%	0%	5%
N Verhuur en overige zakelijke diensten	Mannen	3%	1%	3%	81%	2%		3%	2%	3%	0%	4%
N Verhuur en overige zakelijke diensten	Vrouwen	2%	0%	2%	85%	2%		2%	2%	2%	0%	2%
O Openbaar bestuur en overheidsdiensten	Mannen											
P Onderwijs	Mannen	0%	0%	0%	100%	0%		0%	0%	0%	0%	0%
P Onderwijs	Vrouwen	0%	0%	0%	100%	0%		0%	0%	0%	0%	0%
Q Gezondheids- en welzijnzorg	Mannen	0%	0%	6%	83%	0%		0%	6%	0%	0%	6%
Q Gezondheids- en welzijnzorg	Vrouwen	0%	0%	0%	100%	0%		0%	0%	0%	0%	0%
R Cultuur, sport en recreatie	Mannen	0%	0%	2%	90%	2%		1%	4%	0%	0%	2%
R Cultuur, sport en recreatie	Vrouwen	0%	0%	2%	93%	0%		0%	4%	0%	0%	2%
S Overige dienstverlening	Mannen	2%	0%	5%	78%	2%		2%	2%	0%	0%	7%
S Overige dienstverlening	Vrouwen	0%	0%	0%	100%	0%		0%	0%	0%	0%	0%

Tabel 2: Percentages ondernemers uitgesplitst naar SBI, geslacht en exportregio (bron: CBS 2014)

In de leeftijdsverdeling verschillen de vrouwelijke en mannelijke exporterende ondernemers weinig. Zowel bij de mannen als bij de vrouwen zijn twee leeftijdsgroepen onder de exporteurs goed vertegenwoordigd, namelijk 46-65 jaar met 54% vrouwelijke ondernemers en 57% mannelijke ondernemers en de leeftijdsgroep 25-45 met 35% vrouwelijke ondernemers en 34% mannelijke ondernemers (CBS, 2014) (11). Dit zijn tevens de twee leeftijdsgroepen waar de meeste ondernemers zowel mannelijke als vrouwelijke te vinden zijn.

Tevens is gekeken naar de procentuele verdeling van de bedrijfsgrootte naar werkzame personen (wp) van zowel mannelijke als vrouwelijke exporteurs. De bedrijfsgrootte is verdeeld in de volgende vier categorieën: 0-9 wp, 10-49 wp, 50-249 wp en 250+ wp. Het hoogste percentage exporterende mannen (ruim 80%) en exporterende vrouwen (ruim 83%) heeft een onderneming met een bedrijfsgrootte van 0-9 wp. Voor de overige bedrijfsgroottes zijn de percentages ook vrijwel gelijk, namelijk 16% van de mannelijke exporteurs en 15% van de vrouwelijke exporteurs hebben een bedrijf ter grootte van 10-

49 wp. Tussen 1% en 3% mannelijke exporteurs en vrouwelijke exporteurs heeft een bedrijf met de grootte van 50-249 wp en 250+ wp (CBS, 2014) (12). In tabel 3 zijn de absolute aantallen terug te lezen.

Exportstatus	Werkzame Personen	Mannen	Vrouwen
J	0 - 9	44067	13269
N	0 - 9	1099410	565805
J	10 - 49	9004	2370
N	10 - 49	36019	12755
J	50 - 249	1445	282
N	50- 249	2690	634
J	250+	441	41
N	250+	283	86

*Tabel 3: Aantallen exporterende als niet-exporterende ondernemers uitgesplitst naar geslacht en bedrijfsgrootte. (bron: CBS 2014)*

## 1.5. SAMENVATTING

In de sectoren Handel, Landbouw, Bosbouw en Visserij, Specialistische Zakelijke Diensten en Industrie zijn zowel de vrouwelijke als mannelijke exporteurs het meest vertegenwoordigd. Opvallend is de sector Waterbedrijf en Afvalbeheer waar een klein aantal vrouwelijke ondernemers een bedrijf heeft met een exportwaarde van 175.000+ en de sector Specialistische zakelijke diensten waar er procentueel meer vrouwelijke ondernemers kleinere bedrijven hebben met een exportwaarde van 5.000-9.999. Verklaringen hiervoor zijn in dit onderzoek niet nader onderzocht. Ongeveer 64% van de export blijft binnen de Europese Unie en dit geldt zowel voor de mannelijke als vrouwelijke exporteurs. Qua leeftijd zijn het zowel bij de vrouwelijke als bij de mannelijke ondernemers vooral degenen tussen de 46-65 die exporteren (ruim 50%). Tevens heeft de overgrote meerderheid van zowel de vrouwelijke als mannelijke



exporteurs een bedrijfsgrootte van 0-9 wp (ruim 80%). En uit de absolute aantallen blijkt dat de mannelijke ondernemers met een bedrijf van 250+ wp wezenlijk vaker exporteur zijn dan de vrouwelijke ondernemers binnen dezelfde categorie.



## 2. WELKE BEHOEFTE HEBBEN VROUWELIJKE ONDERNEMERS UIT NEDERLAND MET BETREKKING TOT INTERNATIONAAL ONDERNEMEN?

Om de vraag naar de behoeften van vrouwelijke ondernemers uit Nederland met betrekking tot internationaal ondernemen te kunnen beantwoorden, zijn verschillende wegen bewandeld. Allereerst is gekeken of er onderzoek is gedaan onder de groep Nederlandse ondernemers (Hessel, Overweel, & Prince, 2005). Geconstateerd kan worden dat, met uitzondering van een afstudeerscriptie in opdracht van VNO-NCW, er nauwelijks onderzoek is gedaan naar de internationaliseringsactiviteiten van Nederlandse vrouwelijke ondernemers. Er zijn echter wel studies, bijvoorbeeld van de EU en van de Wereldbank (13-14), waarin Nederlandse ondernemers zijn meegenomen. Ook zijn er, zij het beperkte, recente internationale studies over vrouwelijk ondernemerschap op basis waarvan uitspraken gedaan kunnen worden (Chatterji et al., 2014; Lee, 2015; Meunier, Ramalho, & Krylova, 2017). In combinatie met andere (wetenschappelijke) studies over behoeftes en wensen van vrouwen voor wat betreft de invulling van arbeid en de belemmeringen, kan een goed beeld van hun internationaal ondernemerschap worden geschetst.

De ontwikkelingen die op de Nederlandse arbeidsmarkt te zien zijn, lijken ook door te werken bij het ondernemerschap. Zo is deeltijdwerken in Nederland een geaccepteerd gegeven, en wordt er door vrouwen meer deeltijd gewerkt dan door mannen (Merens et al., 2017). Om zorg en werk met elkaar te kunnen combineren, zijn flexibele werktijden gewenst. Aangenomen mag worden dat dit ook voor vrouwen met een onderneming van toepassing is en mogelijk staat dit een internationale ontwikkeling in de weg. Het verdient nader onderzoek om na te gaan hoeveel deeltijdondernemers (m/v) internationaal actief zijn en om hier specifiek voor Nederlandse vrouwelijke ondernemers een antwoord op te vinden.

### 2.1. BEHOEFTE AAN FLEXIBELE WERKTIJDEN

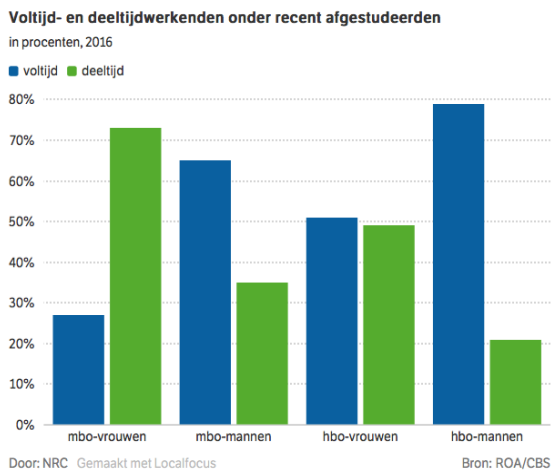
In de voorgaande paragraaf (1.1 - 1.4) is ingegaan op internationaal ondernemen en de verschillen tussen vrouwen en mannen. Vrouwen gaan relatief vaak als zelfstandige in de (thuis)zorg en in het onderwijs aan het werk. De cijfers laten zien dat in deze branches, en ook in de overige dienstverlening, vrouwen oververtegenwoordigd zijn. De verklaring hiervoor is dat in deze branches makkelijk parttime gewerkt kan worden doordat in deze branches flexibele werktijden mogelijk zijn waardoor werk en zorg gecombineerd kunnen worden (eerder genoemde rapport KvK). Andere verklaringen

zijn dat vrouwen lagere beloning eerder accepteren dan mannen en dat er verschil in interesses bestaat tussen mannen en vrouwen (vrouwen hebben minder interesse in techniek).

Vrouwelijke ondernemers starten relatief vaak een webwinkel, een management-, coaching- en organisatieadviesbureau of een bedrijf in haar- en schoonheidsverzorging. Over het algemeen zijn dit kleine bedrijven (zzp-ers) die regionaal werken (Chatterji et al., 2014; Lee, 2015; Zwartevelde, 2017) doordat vrouwen veelal de zorgtaken met ondernemerschap moeten combineren wat ten koste gaat van internationaal ondernemerschap. Dit wordt door cijfers onderbouwd; naast de regionale oriëntatie van deze ondernemingen, blijkt uit onderzoek dat juist de grotere bedrijven meer aan internationale handel doen (Chatterji et al., 2014; Lee, 2015).

## 2.2. WERK-PRIVÉ BALANS

Uit het rapport 'De economische kracht van de ondernemende vrouw' blijkt dat vrouwen vaak worstelen met het vinden van de balans tussen de onderneming op kantoor en de thuissituatie (Brummans et al., 2015). Deze worsteling tussen werk en privé is overigens niet specifiek aan ondernemerschap gerelateerd, maar het is een onderwerp dat in Nederland veel aandacht krijgt temeer ook omdat deeltijdwerken vaak samenhangt met gebrek aan economische zelfstandigheid. Veel vrouwen, ook zonder kinderen, werken in Nederland in deeltijd. Uit recent onderzoek van SCP ( – Werken aan de start – ,2018) blijkt dat jonge vrouwen, ook net na hun afstuderen, vaker in deeltijd werken dan jonge mannen: 63% van de vrouwen van 18-25 jaar heeft een deeltijdbaan, tegen 30% van de mannen (15). Uit datzelfde onderzoek blijkt ook dat vrouwen, eenmaal gestart met parttime werken, zelden een fulltime baan ambiëren. Nader onderzoek is nodig om te achterhalen in welke mate sector, gender en arbeidsduur elkaar beïnvloeden en welke effecten dit heeft voor de internationale oriëntatie.



*Tabel 1 Voltijd- en deeltijdwerkenden onder recent afgestudeerden*

Hoogleraar Ton Wilthagen<sup>3</sup> geeft aan dat anno 2018 de economische zelfstandigheid van vrouwen in Nederland nog steeds een onderwerp is om te agenderen omdat deeltijdwerken een succesvolle carrière in de weg lijkt te staan. De cijfers die hij in zijn artikel aanhaalt zijn van het SCP (2018) (16).

De zoektocht naar de balans tussen werk en privé werkt ook door in de deelname van vrouwelijke ondernemers aan buitenlandse reizen en handelsmissies (Westman, Etzion, & Gattenio, 2008). Internationaal zakendoen met (eventueel) de noodzaak om te reizen, lijkt voor vrouwen meer impact te hebben (en wellicht meer tijd en energie te kosten), mogelijk vanwege de zorgtaken die zij ook nog hebben naast hun eigen onderneming (Westman et al., 2008). Mogelijk geldt dit ook voor hun deelname aan handelsmissies die, ondanks het feit dat handelsmissies binnen Europa vaak korter duren dan buiten Europa, vaak relevante kennis, ervaring en contacten kunnen opleveren voor de deelnemers.

Dit sluit aan bij de waarneming dat de behoefte aan werk- privé balans wellicht ook gevolgen heeft voor het opbouwen, onderhouden en gebruik maken van netwerken (Hanson & Blake, 2009). Onderzoek toont aan dat (inter)nationale netwerken relevant zijn voor de internationalisering van MKB ondernemers aangezien ze hierdoor toegang krijgen tot nieuwe kennis, ervaringen en contacten met potentiële afnemers en andere stakeholders in het buitenland (Hessel et al.; 2005). Om optimaal van ondernemersnetwerken gebruik te maken zijn relevante vaardigheden (communicatie,

<sup>3</sup> De heer prof. dr. A.C.J.M. (Ton) Wilthagen, Hoogleraar, Tilburg Law School, Department of Politics and Public Administration, meer informatie.

[https://www.tilburguniversity.edu/nl/webwijs/show/wilthagen\\_nl/](https://www.tilburguniversity.edu/nl/webwijs/show/wilthagen_nl/)

relaties leggen, het uitwisselen van zakelijke informatie) cruciaal (Bloemer, 2009). Daarnaast is het voorstelbaar dat vrouwen met een kleine, regionale onderneming mogelijk beperkte toegang hebben tot ondernemersnetwerken (Lee, 2015). Beiden hebben gevolgen voor de kansen die een ondernemer heeft om zich te ontwikkelen, sociaal kapitaal beschikbaar te hebben en de horizon (letterlijk en figuurlijk) te verbreden.

Samenvattend lijkt ondernemerschap door vrouwen in Nederland in grote mate gerelateerd te zijn aan een kleine onderneming, waardoor het mogelijk is om in deeltijd te werken. Deze bedrijven zijn in een beperkt aantal sectoren te vinden en zijn veelal regionaal gericht. Het opbouwen van het netwerk door deelname aan buitenlandse reizen en handelsmissies is voor kleine bedrijven niet de eerste prioriteit.

### 3. WAT ZIJN DE MOTIEVEN VAN VROUWELIJKE ONDERNEMERS UIT NEDERLAND OM INTERNATIONAAL TE ONDERNEMEN?

Volgens de Kamer van Koophandel (17) zijn er strategische en persoonlijke motieven voor mannelijke en vrouwelijke ondernemers om internationaal te ondernemen.

#### 3.1. STRATEGISCHE REDENEN

- om de onderneming te laten groeien zijn nieuwe afzetmarkten nodig;
- risico's spreiden over een grotere regio;
- er wordt verwacht dat het product/dienst ook in het buitenland zal aanslaan;
- de Nederlandse markt is verzadigd;
- de concurrentiepositie op peil houden.

#### 3.2. PERSOONLIJKE REDENEN

- geïnteresseerde buitenlandse bedrijven op bijvoorbeeld beurzen tegengekomen, waardoor interesse werd aangewakkerd;
- persoonlijke omgeving zoals familie/vrienden adviseren om op de buitenlandse markt te oriënteren;
- interesse in de buitenlandse taal en cultuur.

Bovenstaande motieven zijn zonder onderscheid in gender onderzocht. Hieronder wordt nader ingegaan op de Nederlandse vrouwelijke ondernemer en internationaal zakendoen.

Ondernemerschap is aantrekkelijk voor veel vrouwen. De pull-motivatie kan zitten in de verwachte flexibiliteit en onafhankelijkheid doordat vrouwen zelf kunnen beslissen wat ze waar, hoe en wanneer ondernemen. Dit kan leiden tot een betere werk- en privé balans. Persoonlijke ontwikkeling blijkt voor vrouwelijke ondernemers ook een belangrijke afweging om de stap naar het ondernemerschap te zetten. De push-motivatie kan zijn dat het starten van een bedrijf financiële noodzaak is (komt in Nederland zeer beperkt voor). Een andere genoemde reden is de ontevredenheid van vrouwen met hun loondienstverband (Brummans et al., 2015).

Volgens internationaal onderzoek door het GEM (18) willen vrouwelijke ondernemers zich begeven op de internationale markt wanneer ze zich in een zakelijke omgeving bevinden waar de ambitie van internationalisering wordt gestimuleerd. Dit wordt onderschreven door onderzoek van Zwartevelde (2017), waaruit blijkt dat 33% van de Nederlandse vrouwelijke ondernemers voor internationalisering kiest omdat de buitenlandse markt kansen biedt voor het product of de dienst, 27% heeft een samenwerking met een partner in het buitenland en 17% heeft behoefte aan een nieuw afzetgebied. Tevens blijkt uit dit onderzoek van Zwartevelde dat vrouwelijke ondernemers internationalisering interessant vinden omdat het zorgt voor een positieve uitdaging. Het laatste motief komt dichtbij het inzicht dat professor Josette Dijkhuizen deelde met de onderzoekers tijdens telefonisch overleg, namelijk dat vrouwelijke ondernemers hun persoonlijke ontwikkeling erg belangrijk vinden. Dijkhuizen geeft duidelijk aan dat internationalisering meer is dan alleen zorgen voor de groei van het bedrijf en het realiseren van omzet (waar de mannelijke ondernemers vooral op gefocust zijn); internationalisering verruimt je kijk op diverse zaken en zorgt voor een verrijking van je leven. Evenals bij nationaal zakendoen is ook het maatschappelijke aspect bij internationaal zakendoen belangrijk en hierdoor is er meer betrokkenheid bij lokale projecten.

## 4. WELKE BELEMMERINGEN ERVAREN VROUWELIJKE ONDERNEMERS IN NEDERLAND?

Vrouwen ervaren veel belemmeringen als ondernemer en een aantal van deze belemmeringen, zoals beschreven in de studie van (Naidu & Chand, 2017), heeft wellicht ook betrekking op internationaal ondernemen. Ze worden echter geduid als redenen van de verschillen tussen mannen en vrouwen voor wat het betreft ondernemerschap in het algemeen. Genoemd worden belemmeringen die te maken hebben met genderongelijkheid, infrastructurele belemmeringen en belemmeringen op het gebied van regelgeving (Naidu & Chand, 2017). Verondersteld mag worden, maar dat verdient nader onderzoek, dat deze aspecten ook doorwerken op het internationaal zakendoen. Daarnaast is het de vraag of het kennisniveau van vrouwen en mannen voor wat betreft internationaal zakendoen verschilt en of vrouwen voldoende rolmodellen hebben. Uit onderzoek blijkt dat beleidsmakers meer met een genderbril kunnen kijken naar een geïntegreerde aanpak om vrouwelijk ondernemerschap te stimuleren (Brush, Bruin de, & Welter, 2009)

### 4.1. GENDERONGELIJKHEID

Gezien het snel groeiende aantal kleine bedrijven is de balans tussen werk en privé nog steeds een belangrijk onderwerp. Dit blijkt voor vrouwen, en ook voor vrouwelijke ondernemers, belangrijker te zijn dan voor mannen omdat vrouwen grotendeels het onbetaalde werk zoals huishoudelijk werk, zorg voor de kinderen, mantelzorg en vrijwilligerswerk op zich nemen (Brummans et al., 2015). Dit vormt enerzijds een belemmering in de groeipotentie maar anderzijds is het ook de behoefte om zorgtaken en ondernemerschap te combineren. In zijn onderzoek gebruikt (Ekinsmyth, 2013) hiervoor de term “mumpreneurship”. Tijd en plaats spelen een belangrijke rol voor de “mumpreneur”. De houding van de maatschappij en de verwachtingen die er zijn ten aanzien van kennis, kwaliteiten en ambitie van vrouwen spelen een rol in de beoordeling van vrouwen in hun werk. Vrouwen worden gezien als zwakker, ze krijgen niet de support van het thuisfront die nodig is en worden karakteristieken zoals assertiviteit meer aan mannen toegeschreven dan aan vrouwen (Naidu & Chand, 2017) (19). Daarnaast hebben vrouwen de neiging om zichzelf zwakker te positioneren doordat ze zich meer focussen op wat ze niet kunnen (Brummans et al., 2015).



#### 4.2. INFRASTRUCTURELE BELEMMERINGEN

Geconstateerd kan worden dat vrouwen minder snel op zoek gaan naar financiering voor hun bedrijf. Een reden hiervoor kan zijn dat de ondergrens van financiële dienstverleners vaak hoger is waardoor vrouwelijke ondernemers niet in aanmerking komen voor financiering voor hun bedrijf. Echter, uit onderzoek blijkt dat in de financieringsverzoeken van vrouwen de bedragen vaak lager zijn dan van mannen, omdat vrouwen zelf terughoudender (minder risico nemen) zijn maar ook anders worden beoordeeld dan mannen (Kanze, Huang, Conley, & Torry Higgins, 2018) (19). Ook wordt de groei van vrouwelijke ondernemers beperkt omdat ze geen of nauwelijks toegang hebben tot kapitaal. Beoordelingen van financiële aanvragen worden vaak door mannen gedaan, die de waarde van de aanvragen van vrouwen negatiever beoordelen dan die van mannen, en aanvragen om die reden vaker afwijzen (Brummans et al., 2015) (20).

In dit kader is het ook relevant te vermelden dat een aantal branches waarvoor de vrouwen kiezen minder groeiperspectief bieden (Orser, Riding, & Manley, 2006). Dit zijn vaak branches waar een lagere financieringsbehoefte is (zie tabel 1) en er nauwelijks internationale groeimogelijkheden zijn. In deze branches is de focus niet op internationaal zakendoen gericht.

#### 4.3. NETWERKBELEMMERINGEN

Netwerken zijn een belangrijke bron voor ondernemers om informatie, kennis en contacten op te doen. Toegang tot de relevante netwerken is een belangrijke voorwaarde of stimulans om succesvol (internationaal) te kunnen ondernemen. Vrouwen worden echter veelal belemmerd om de kansen van een netwerk optimaal te benutten.

Door het deeltijdwerken en de werk-zorg combinatie zijn vrouwen mogelijk onvoldoende zichtbaar omdat ze minder vaak lid zijn van (ondernemers) netwerken. Ook blijkt dat mannen de kwaliteit van de contacten van vrouwelijke ondernemers minder hoog waarderen, waardoor ze het netwerk van vrouwen als een minder relevant netwerk inschatten om een beroep op te doen (Emmerik, Euwema, Geschiere, & Schouten, M F A G, 2006). Ze nemen dan ook vrouwen minder vaak op in hun netwerk.

In dit verband dienen ook vrouwennetwerken genoemd te worden. Hoewel dit netwerken zijn waar gelijkgestemden gevonden worden, informatie en kennis gedeeld wordt, blijkt uit onderzoek dat deze netwerken (vaak) niet als een serieuze partij

worden gezien door mannelijke ondernemers (Hopkins 2011) Wanneer vrouwen ondernemen in een sector waarin ook veel mannen actief zijn is het belangrijk hier aansluiting en draagvlak te zoeken.

Vrouwen hebben te maken met uitsluiting doordat in branches die worden gedomineerd door mannen, ook de netwerken voornamelijk uit mannen bestaan. Deze homogene netwerken zijn daardoor moeilijk toegankelijk voor vrouwen. Zoals Benschop (2007) zegt: ‘al het goeds dat het netwerk produceert is alleen voor insiders en daarmee zijn ze een belangrijke bron van ongelijkheid’. Daarnaast hebben vrouwen minder toegang tot netwerken omdat ze niet tot de ‘old boys networks’ behoren waar veel informatie wordt uitgewisseld en zakelijke kansen worden besproken (Hanson & Blake, 2009). Zoals besproken is ook de toegang tot financiën beperkt vanwege het gebrek aan toegang tot netwerken (Schøtt & Cheraghi, 2015). Meer actief en strategisch netwerken is een belangrijke voorwaarde om (internationaal) te kunnen ondernemen (Brummans et al., 2015).

#### 4.4. BELEMMERINGEN OP HET GEBIED VAN REGELGEVING

Uit de Global Entrepreneurship Monitor (2016) (20) blijkt dat er belemmeringen zijn op het gebied van regelgeving voor entrepreneurs. Nederland zit met een score van 5,6 (gemiddeld 3,9) in de hoogste regionen en heeft dus in verhouding tot vele andere landen minder belemmeringen op het gebied van regelgeving. In dit onderzoek wordt geen verschil gemaakt tussen vrouwen en mannen voor wat betreft de belemmeringen op het gebied van regelgeving.

Rank	Stage	Economy	Value	1	Mean 3.9	9
1	3	Hong Kong	7.1			
2	2	Georgia	6.6			
3	3	Estonia	6.3			
4	3	Netherlands	5.6			
5	3	United Arab Emirates	5.5			
6	1	Senegal	5.5			
7	1	Burkina Faso	5.4			
8	3	France	5.3			
9	3	Switzerland	5.3			
10	3	Finland	5.3			

Tabel 2 Government Policies: Taxes and Buraucracy, GEM 2016 (Weighted average: 1= highly insufficient, 9= highly sufficient)

Zwarteveld geeft in haar studie (2017) aan dat zowel de Nederlandse regering als ook de werkgeversorganisaties (VNO-NCW en MKB-Nederland) zich inzetten voor het opheffen van de genderongelijkheid als het gaat om (internationaal) ondernemen. Ondanks de hoge ranking van Nederland in de GEM monitor en dus een relatief

gunstige situatie, gaan we in dit onderzoek hier niet verder op in. In het licht van het voorgaande waaruit blijkt dat vrouwen vaak parttime en in kleine bedrijven werkzaam zijn, lijkt nader onderzoek naar de rol van de regelgeving belemmeringen in relatie tot internationaal ondernemen hier niet relevant.

#### 4.5. BELEMMERINGEN IN RELATIE TOT TIJD EN KOSTEN VOOR REIZEN

Het feit dat vrouwen relatief vaak kleine ondernemingen hebben met een regionale oriëntatie, heeft vermoedelijk ook gevolgen voor het doen van investeringen in de ondernemer zelf, haar netwerk en zakelijke reizen. Voor vrouwelijke ondernemers met een internationale ambitie die willen leren van zowel collega ondernemers die internationaal actief zijn als ook van buitenlandse ondernemers, kan deelname aan een buitenlandse reis of handelsmissie inspirerend en zinvol. Echter, de duur van het reizen en de handelsmissies en daarbij de kosten kunnen voor hen een belemmering vormen, zeker in relatie tot het feit dat vrouwen vaak kleinere bedrijven hebben. Daarnaast lijkt het voor vrouwen meer belastend om tijd vrij te maken voor dergelijke reizen aangezien de combinatie van zorg en werk een reden is om deeltijd te werken (Puchmüller, 2017). Het vraagt nader onderzoek om te achterhalen wat de redenen zijn voor Nederlandse vrouwelijke ondernemers om zich in mindere mate op internationaal ondernemerschap te richten.

#### 4.6. OVERIGE BELEMMERINGEN

##### 4.6.1. GEBREK AAN KENNIS OVER INTERNATIONAAL ZAKENDOEN

Gebrek aan relevante netwerken kan ook gevolgen hebben voor een gebrek aan kennis en informatie over internationaal ondernemerschap (Bloemer, 2009). Onderzoek wijst uit dat benutten van het sociaal kapitaal (dat wordt opgebouwd uit netwerken) bijdraagt aan het verbeteren van het ondernemerschap (Bogren & Friedrichs von, 2016). Ook blijkt uit onderzoek dat er behoefte is aan specifieke opleiding; zo blijkt onder Belgische vrouwelijke ondernemers een reële vraag te bestaan naar opleidingen over, met name, financiële, juridische, commerciële en HRM onderwerpen. Ongeveer 75 % van hen wenst meer kennis te vergaren over deze vakgebieden (<https://www.1819.brussels/nl>). In eventueel vervolgonderzoek kan nader worden ingegaan op mogelijke behoeftes van Nederlandse vrouwelijke ondernemers aan specifieke kennis over exporteren.

#### 4.6.2. GEBREK AAN ROLMODELLEN

Uit onderzoek blijkt dat rolmodellen van invloed kunnen zijn om een eigen onderneming te starten. Evengoed spelen omgeving en ook de partner een rol (Orhan & Scott, 2001). Uit tabel drie (pag. 11) blijkt dat ondernemerschap voornamelijk door mannen wordt gedomineerd. Dit overzicht laat ook zien dat de verhouding vrouwen en mannen bij de grote bedrijven die exporteren ongeveer 1 op 10 is, . Ook bij de kleinere ondernemers (tabel 3) is er een groot verschil te zien tussen mannen en vrouwen voor wat betreft aantallen bedrijven. Vrouwen en mannen hebben dus meer mannelijke rolmodellen om zich aan te spiegelen dan vrouwelijke rolmodellen. Dit kan er toe leiden dat vrouwen zich moeilijker als internationaal ondernemer met een groot bedrijf kunnen voorstellen. Het is van belang dat de vrouwelijke rolmodellen die er zijn een platform krijgen. Daarnaast helpt het om vanuit de politiek actie te ondernemen omdat politiek leiderschap van vrouwen (Goltz, Buche, & Pathak, 2015) als ook vrouwelijke rolmodellen in het bedrijfsleven en onderwijs kunnen bijdragen aan het ondernemerschap van vrouwen.

## 5. CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN


Op basis van de resultaten van de desk study hebben we meer inzicht verkregen in de positie van vrouwelijke ondernemers op het gebied van internationaal zakendoen in Nederland, zowel naar omvang, grootte, branches en het al dan niet exporteren. Daarbij is gekeken naar de motieven voor internationaal zakendoen maar ook zijn behoeften en belemmeringen inzichtelijk gemaakt. In deze desk study worden alleen cijfers weergegeven die gaan over export waarbij de volgende definitie wordt gehanteerd: de waarde van de producten uit een land die worden aangeboden aan het buitenland (CBS). De beschreven motieven, behoeften en belemmeringen hebben betrekking op internationaal ondernemen.

In de eerste paragraaf is op basis van de cijfers en de literatuur gesteld dat een overgroot deel van de vrouwen kleine bedrijven heeft en vaak parttime in hun bedrijf werkzaam zijn. Vrouwelijke ondernemers blijken minder vaak te exporteren dan mannelijke ondernemers. Echter, wanneer vrouwelijke ondernemers exporteren, dan is er binnen de sectoren procentueel niet veel verschil met de mannelijke exporteurs. Alleen binnen de sectoren Waterbedrijf en afvalbeheer en Specialistische Zakelijke dienstverlening is er een duidelijk onderscheid. Opvallend is de sector Waterbedrijf en Afvalbeheer waar een klein aantal vrouwelijke ondernemers een bedrijf heeft met een exportwaarde van 175.000+ en de sector Specialistische zakelijke diensten waar er procentueel meer vrouwelijke ondernemers kleinere bedrijven hebben met een exportwaarde van 5.000-9.999. Verklaringen hiervoor zijn in dit onderzoek niet nader onderzocht. Opvallend is dat een aanzienlijk percentage van zowel de mannelijke als vrouwelijke exporteurs een klein (0-9 wp) bedrijf heeft.

Vervolgens zijn in paragraaf twee de behoeftes beschreven van vrouwen die internationaal ondernemen waarbij in het oog springt dat het combineren van werk en zorg een belangrijke rol speelt. Uit paragraaf drie blijkt dat strategische en persoonlijke overwegingen belangrijke motieven zijn voor vrouwen om internationaal te ondernemen: het brengt kansen om de omzet te vergroten en biedt een positieve uitdaging voor de persoonlijke ontwikkeling. In paragraaf vier wordt een aantal belemmeringen besproken die bij het voorgaande aansluiten. Tot slot kan geconcludeerd worden dat bij vrouwelijke ondernemers nog (onbenut) potentieel is om internationaal actief te worden. Een gerichte ondersteuning zoals de bestaande handelsinstrumenten van RVO.nl die aansluit bij de specifieke behoeften van de vrouwelijke ondernemers lijkt gewenst. De vraag is echter of deze handelsinstrumenten aansluiten bij de specifieke behoeften van de vrouwelijke ondernemers.

## GERAADPLEEGDE RAPPORTEN

1. <https://www.cbs.nl/nl-nl/onze-diensten/methoden/begrippen?tab=o#id=ondernemer>
2. <https://opendata.cbs.nl/statline/#/CBS/nl/dataset/81589ned/table?ts=1523607078224>
3. <https://www.kvk.nl/over-de-kvk/media-en-pers/nieuws-en-persberichten/recordaantal-bedrijven-in-nederland/>
4. [https://www.kvk.nl/download/Jaaroverzicht%20Bedrijfsleven%20Nederland%202016%20versie%20US7\\_tcm109-433766.pdf](https://www.kvk.nl/download/Jaaroverzicht%20Bedrijfsleven%20Nederland%202016%20versie%20US7_tcm109-433766.pdf)
5. Statistical Data on Women Entrepreneurs in Europe September 2016
6. <https://thegedi.org/research/womens-entrepreneurship-index/>
7. <https://www.babson.edu/Academics/centers/blank-center/global-research/gem/Documents/GEM%202016-2017%20Womens%20Report.pdf>
8. <https://www.cbs.nl/nl-nl/deelnemers-enquetes/deelnemers-enquetes/bedrijven/onderzoek/lopend/internationale-handel-in-goederen>
9. <https://www.cbs.nl/NR/rdonlyres/6FCF99A2-8B6E-47E4-BDD4-05AE61EEF8EC/o/abrmicrodata.pdf>
10. CBS 2014 opgevraagde gegevens
11. CBS 2014 opgevraagde gegevens
12. CBS 2014 opgevraagde gegevens
13. <http://www.worldbank.org/en/results/2013/04/01/banking-on-women-extending-womens-access-to-financial-services>
14. <http://documents.worldbank.org/curated/en/704231510669093889/pdf/WPS8242.pdf>
15. [https://www.scp.nl/Nieuws/Jonge\\_vrouwen\\_vaak\\_een\\_deeltijdbaan\\_en\\_daardoor\\_minder\\_economisch\\_zelfstandig](https://www.scp.nl/Nieuws/Jonge_vrouwen_vaak_een_deeltijdbaan_en_daardoor_minder_economisch_zelfstandig)
16. <https://universonline.nl/2018/01/22/jonge-vrouwen-vaker-economisch-afhankelijk-nederland>

17. [https://www.kvk.nl/download/KvK\\_Rapport\\_Internationaal\\_ondernemen\\_03A\\_tm109-420165.pdf](https://www.kvk.nl/download/KvK_Rapport_Internationaal_ondernemen_03A_tm109-420165.pdf)
  18. <https://www.babson.edu/Academics/centers/blank-center/global-research/gem/Documents/GEM%202016-2017%20Womens%20Report.pdf>
  19. <https://fd.nl/morgen/1243546/seksisme-bij-financiers-blijkt-vooral-uit-het-taalgebruik>
  20. <http://www.gemconsortium.org/report/49812>
- 

## REFERENCES

- Benschop, Y. (2007). Van lippendienst tot tegengas.
- Bloemer, J. (2009). International business en communication, een kwestie van grenzeloos relatie management.
- Brummans, I., Loonen, N., Verheul, I., Dijkhuizen, J., Essers, C., Matser, I., . . . Steege van der, M. (2015). *De economische kracht van de ondernemende vrouw*. (). Meppel: Ten Brink BV.
- Chatterji, A., Glaeser, E., & Kerr, W. (2014). Clusters of entrepreneurship and innovation. *Innovation Policy and the Economy*, 14(1), 129-166. 10.1086/674023
- Ekinsmyth, C. (2013). Managing the business of everyday life: The roles of space and place in “mumpreneurship”. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 19(5), 525-546. 10.1108/IJEER-10-2011-0139 Retrieved from <http://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/IJEER-10-2011-0139>
- Emmerik, I. H. v., Euwema, M. C., Geschiere, M., & Schouten, M F A G. (2006). Networking your way through the organization. *Women in Management Review*, 21(1), 54-66.
- Georgellis, Y., & Wall, H. J. (2005). Gender differences in self-employment. *International Review of Applied Economics*, 19(3), 321-342. 10.1080/02692170500119854
- Hanson, S., & Blake, M. (2009). Gender and entrepreneurial networks. *Regional Studies*, 43(1), 135-149. 10.1080/00343400802251452 Retrieved from <https://doi.org/10.1080/00343400802251452>
- Hessel, S. J. A., Overweel, M. J., & Prince, Y. M. (2005). Internationalisation of dutch SMEs. existing and required insights. *Eim*,
- Kanze, D., Huang, L., Conley, M. A., & Torry Higgins, E. (2018). We ask men to win and women not to lose: Closing the gender gap in startup funding. *Academy of Management Journal*, 61(2) Retrieved from <https://doi.org/10.5465/amj.2016.1215>
- Lee, W. (2015). Social capital as a source of business advantages for a woman entrepreneur in the context of small-size business. *Asian Social Science*, 11(12)10.5539/ass.v11n12p155
- Merens, A., Bucx, F., & Meng, C. (2017). *Eerste treden op de arbeidsmarkt*. ().
- Meunier, F., Ramalho, R., & Krylova, Y. (2017). *Women's entrepreneurship*. ( No. 8242).World Bank, Washington, DC. Retrieved from <http://hdl.handle.net/10986/28902>



- Naidu, S., & Chand, A. (2017). National culture, gender inequality and women's success in micro, small and medium enterprises. *Social Indicators Research*, 130(2), 647-664. 10.1007/s11205-015-1203-3
- Orser, B. J., Riding, A. L., & Manley, K. (2006). Women entrepreneurs and financial capital. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 30(5), 643-665. 10.1111/j.1540-6520.2006.00140.x Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=buh&AN=22164952&site=ehost-live>
- Puchmüller, K. (2017). Support for female international business travellers in dual-career families. *Journal of Global Mobility*, 5(1), 22-42. Retrieved from <http://www.econis.eu/PPNSET?PPN=888959249>
- Schøtt, T., & Cheraghi, M. (2015). Gendering pursuits of innovation: Embeddedness in networks and culture. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 24(1), 83. 10.1504/IJESB.2015.066160
- Thébaud, S. (2015). Business as plan B. *Administrative Science Quarterly*, 60(4), 671-711. 10.1177/0001839215591627 Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=buh&AN=110716603&site=ehost-live>
- Westman, M., Etzion, D., & Gattenio, E. (2008). International business travels and the work-family interface: A longitudinal study. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 81(3), 459-480. 10.1348/096317908X310265 Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/199351978>
- Zwartevelde, D. R. (2017). *Women and international business* . (afstudeerscriptie uitgevoerd in opdracht van VNO-NCW).

Van of via de volgende organisaties is online dan wel fysiek informatie verkregen:

- [Centraal bureau voor de Statistiek \(CBS\)](#)
- Deelnemers bezoek IJslandmissie
- [EZVN: Ethnische Zaken Vrouwen Nederland](#)
- [Haar eigen Zaak! - kracht door verbinden](#)
- Kamer van Koophandel
- Kracht Bedrijf: prof. Dr. Josette Dijkhuizen
- [Lof Academy](#)
- Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen NL (MVO-NL)
- Ministerie van Buitenlandse Zaken
- Ministerie van Economische Zaken
- Panteia Research to Progress
- Rabobank Groep
- Radboud Universiteit Nijmegen
- [Sprout: Link naar netwerken voor vrouwelijke ondernemers](#)
- [Stichting TopVrouwen](#)
- The Next Woman
- [VNO-NCW Vrouwennetwerk \(& MKB NL\)](#)
- [Website vrouwen-ondernemen.nl](#)
- [WereldBank Gender Innovation Lab](#)
- [WO=MEN Platform](#)
- [Women Entrepreneurs Netherlands](#)
- [WOMEN Inc.](#)



Dit is een publicatie van:  
Rijksdienst voor Ondernemend Nederland  
Prinses Beatrixlaan 2 | 2595 AL Den Haag  
Postbus 93144 | 2509 AC Den Haag  
T +31 (0) 88 042 42 42  
E: klantcontact@rvo.nl  
www.rvo.nl

Dit onderzoek is uitgevoerd in opdracht van het Ministerie van Buitenlandse Zaken, Directie Internationaal Ondernemen en de Rijksdienst voor Ondernemend Nederland, afdeling internationaal ondernemen.

© Rijksdienst voor Ondernemend Nederland | november 2018  
Publicatienummer: RVO-183-1801/RP-INT

De Rijksdienst voor Ondernemend Nederland (RVO.nl) stimuleert duurzaam, agrarisch, innovatief en internationaal ondernemen. Met subsidies, het vinden van zakenpartners, kennis en het voldoen aan wet- en regelgeving. RVO.nl werkt in opdracht van ministeries en de Europese Unie.

RVO.nl is een onderdeel van het ministerie van Economische Zaken en Klimaat.

Dit document is in opdracht van RVO.nl opgesteld.  
Neem contact met ons op als u een toegankelijkheidsprobleem ervaart.  
[www.rvo.nl/over-rvonl/contact/alle-contactmogelijkheden-op-een-rij](http://www.rvo.nl/over-rvonl/contact/alle-contactmogelijkheden-op-een-rij)  
Wij maken het dan graag alsnog voor u in orde!