

# Ondernemen

## DOELSTELLINGEN

De deelnemers luisteren actief naar het getuigenis van een (liefst allochtone) ondernemer/onderneemster: een groenteman van Turkse origine, de leidinggevende van een strijkatelier, poetsbedrijf met dienstencheques, enz.

De anderstalige en Nederlandstalige deelnemers vullen een klein marktonderzoek in over de winkels en dienstverleners in hun gemeente.

Op die manier (h)erkennen de deelnemers bij zichzelf meer mogelijkheden, talenten, kennis en vaardigheden. Hun zin om te ondernemen wordt aangewakkerd.

## MATERIAAL

- Een (allochtone) ondernemer/onderneemster die het goed kan uitleggen.
- Een geschenkje ter bedanking van de ondernemer/onderneemster.
- Het kleine marktonderzoek “Ondernemen”.\*

[ \* bekijk een voorbeeld op [www.babbelonië.be/methoden](http://www.babbelonië.be/methoden) ]

## VOORBEREIDING

### Op voorhand

- Contacteer de (allochtone) ondernemer/onderneemster persoonlijk. Doe dat ruim op tijd.  
Maak duidelijke afspraken over het getuigenis: maximaal één uur, gebruik eenvoudige taal, geef niet te veel cijfers, breng oprechte informatie, wees bereid om in dialoog te gaan, enz.
- Kondig dit thema op voorhand aan bij de deelnemers.  
Stel de spreker/spreekster al eens kort voor tijdens een voorafgaande bijeenkomst. Maak de deelnemers enthousiast, en nodig hen uit om reclame te maken voor deze activiteit: hoe meer aanwezigen, hoe beter.
- Zorg voor een goede schikking van tafels en stoelen. Elke deelnemer moet een goed zicht hebben op de spreker/spreekster.
- Print voor elk klein groepje een exemplaar uit van het kleine marktonderzoek “Ondernemen”.

## METHODE

### Sfeerschepping in grote groep

- Verwelkom de deelnemers, en leid de spreker in.
- Nodig de (allochtone) ondernemer/onderneemster uit om te vertellen over zijn of haar onderneming.  
Stimuleer de deelnemers om vragen te stellen indien ze iets niet begrijpen.

- Geef de ondernemer/onderneemster de gelegenheid om kaartjes of folders uit te delen. Bedank hem of haar na afloop en geef het geschenk.
- Nodig de deelnemers uit om te praten over de getuigenis: wat was boeiend, verrassend, moeilijk, niet te geloven, enz?

### In kleine groepjes

- Laat de deelnemers in kleine groepjes bij elkaar zitten, 4 à 5 deelnemers per groepje. Zorg ervoor dat de groepjes divers samengesteld zijn.
- Geef elk groepje een exemplaar van het kleine marktonderzoek “Ondernemen”.
- Nodig de deelnemers uit om samen, in de groepjes, het kleine marktonderzoek in te vullen, en te bespreken.

### OPMERKINGEN

- Indien er te weinig tijd zou zijn om in kleine groepjes het marktonderzoek “Ondernemen” uit te voeren, kan je er bijvoorbeeld een vervolg-bijeenkomst van maken.
- Het is een pluspunt indien er deelnemers aanwezig zijn met hetzelfde thuisland als de ondernemer/onderneemster.
- Je kan een win/win-situatie creëren: misschien zoekt de ondernemer/onderneemster personeel of klanten? Deze bijeenkomst kan dan een platform zijn om zijn of haar zaak voor te stellen, nieuwe klanten te maken en nieuw personeel te recrutereren.
- Hou het getuigenis kort: niet langer dan 1 uur. Ondernemers/onderneemsters hebben vaak weinig tijd.
- Het effect van deze methode bleek al een paar keer zeer verrassend: deelnemers die een opleiding gaan volgen bij VDAB, of die een eigen zaak opstarten.