

I06

Green Book



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



YOUNG
MIGRANT
ENTREPRENEURS

Inhoudsopgave

• Dankbetuigingen		4
• Sleutelbegrippen		5
• Voorwoord		8
Hoofdstuk 1	Introductie	10
Hoofdstuk 2	Wat is ondernemerschap?	15
Hoofdstuk 3	Wat is ondernemerschap voor jonge migranten?	18
Hoofdstuk 4	Huidige situatie en ondernemerschap door migranten in YME-landen	20
Hoofdstuk 5	Good Practices met betrekking tot YME-landen	35
Hoofdstuk 6	Behoeftte-analyserapport	53
Hoofdstuk 7	Algemene introductiehandleiding voor jonge migrerende ondernemers	72
Hoofdstuk 8	Een ondernemersdroom	74
Hoofdstuk 9	Ondernemersbeoordeling	78
Hoofdstuk 10	Dromen in ideeën veranderen en ideeën in dromen Veranderen	80
Hoofdstuk 11	Een bedrijf opzetten	86
Hoofdstuk 12	Hoe u uw bedrijf formeel kunt opzetten in de YME-landen met betrekking tot wetten, regelgeving en belastingen	100
Hoofdstuk 13	Verenigd Koninkrijk: stapsgewijs	103
Hoofdstuk 14	Nederland: Stapsgewijs	128
Hoofdstuk 15	Italië: Stapsgewijs	141
Hoofdstuk 16	Roemenië: Stapsgewijs	159
Hoofdstuk 17	Turkije: Stapsgewijs	166
Hoofdstuk 18	YME tips en trucs	183
Hoofdstuk 19	Eerste poging om te leren	194

Hoofdstuk 20	Goed netwerk	197
Hoofdstuk 21	Communicatie	202
Hoofdstuk 22	Marketing	204
Hoofdstuk 23	Gids voor jongerenwerkers om de opbouw van ondernemerscapaciteit te stimuleren	209
Hoofdstuk 24	YME Stafcompetenties Jeugdwerker, mentor en trainer	222
Hoofdstuk 25	YME-sessies	228
Hoofdstuk 26	De YME-app	285
Hoofdstuk 27	Geleerde lessen	286
Hoofdstuk 28	Aanbevelingen	288
	Samenvatting	290
	Referenties	293

Dankbetuigingen

Het YME-project zou niet mogelijk zijn geweest zonder de jonge migrantenondernemers, hun jeugdwerkers en de YME-experts. Hartelijk dank voor al het harde werk dat de YME-projectpartners hebben geleverd.

Sleutelbegrippen

Het Groene Boek gebruikt enkele definities en afkortingen. Om het begrijpelijker te maken, worden deze hieronder uitgelegd:

AFAD: Voorzitterschap van rampen en noodbeheer

AIDROM: Oecumenische Vereniging van Kerken uit Roemenië

ARCA: Roemeens forum voor vluchtelingen en migranten

BTW: Belasting toegevoegde waarde

BU: Boğaziçi Universiteit

BV: Besloten Vennootschap

CBS: Centraal Bureau Statistiek

CIC: Community Interest Company (Bedrijf voor maatschappelijk belang)

CIO: Charitable Incorporated Organization

CIS: Construction Industry Scheme (Regeling voor de bouwsector)

COA: Nederlands Centraal Vluchtelingen Asiel

Co-op: Coöperatieve maatschappij

CTL: Corporation Tax Law (Recht op vennootschapsbelasting)

CV: Commanditaire vennootschap

DFW2W: Dutch Foundation of Innovation Welfare 2 Work

DGCPA: Directorate General of Citizenship and Population Affairs (Directoraat-generaal Burgerschap en Bevolkingsaangelegenheden)

DGMM: Directorate General of Migration Management (Directoraat-generaal Migratiebeheer)

DPB: Personal Data Protection Board (Raad voor de bescherming van persoonsgegevens)

DPL: Turkish Data Protection Law (Turkse gegevensbeschermingswet)

DPO: Data Protection Officer (Functionaris voor gegevensbescherming)

EPO: European Patent Office (Europees Octrooibureau)

EUA: European University Association (Europese universiteiten)

EUCEN: Engineering Education, European Universities Continuing Education Network

ESSN: Emergency Social Safety Net (Sociaal vangnet voor noodgevallen)

FSA: Financial Services Authority (Autoriteit voor financiële diensten)

GDPR: General Data Protection Regulation (Algemene verordening gegevensbescherming)

GP: General Partnership (Algemeen partnerschap)

HACT: the Housing Associations' Charitable Trust (de Charitable Trust van de woningcorporaties)

HRMC: HRM Customs (HRM Douane)

IAU: International Association of Universities (Internationale Vereniging van Universiteiten)

İŞKUR: Turks arbeidsbureau

ITL: Income Tax Law (Wet op de inkomstenbelasting)

IO: Intellectuele output

IPS: Industrial and Provident Society

JSC: Joint Stock Company (Naamloze vennootschap)

KvK: Kamer van Koophandel

LLC: Limited Liability Company (Vennootschap met beperkte aansprakelijkheid)

LLP: Limited Liability Partnership (Partnerschap met beperkte aansprakelijkheid)

LP: Limited Partnership, e.g. SCS (Beperkt partnerschap)

Ltd.: Private Limited Company (Besloten vennootschap met beperkte aansprakelijkheid)

MBO: Middelbaar BeroepsOnderwijs

MoFSP: Ministerie van Familie en Sociaal Beleid

MoNE: Ministry of National Education (Ministerie van Nationale Opvoeding)

O.N.G.: (Organizație Non-Guvernamentală): ≈ Niet-gouvernementele organisatie)

OSCR: The Office for Scottish Charities Regulation (De Office for Scottish Charities-verordening)

PI: Professional Indemnity insurance (Beroepsaansprakelijkheidsverzekering)

PLC: Public Limited Company (Naamloze vennootschap)

PFA: persoana fizica autorizata: ≈ self-employed (UK) Sole Proprietorship (US) Eigen Baas (NL)

RC: Royal Charter (Koninklijk charter)

RGF: Regional Growth Fund (Regionaal groeifonds)

RSL: Registered Social Landlords (Geregistreerde sociale verhuurders)

SA: Societatea pe acțiuni (Joint-Stock Company) ≈ plc (UK) Naamloze vennootschap (NL)

S.a.s.: Società in accomandita semplice

SC: Societăți comerciale

SCA: Societatea în comandită pe acțiuni (Bedrijf gelimiteerd door aandelen)

SCS: Societatea în comandită simplă, (Beperkt partnerschap)

S.N.C.: (societate în nume colectiv): ≈ algemeen partnerschap

SpA: Società per azioni

SRL: Societatea cu răspundere limitată cu proprietar unic, ≈ Ltd. (UK)

SRL: Limited liability company "societate cu raspundere limitata"

SRL: Societate cu răspundere limitată (SRL) - Naamloze vennootschap

S.r.L: Società a responsabilità limitata (vennootschap met beperkte aansprakelijkheid)

SME: Small Medium Sized Enterprises (Kleine middelgrote ondernemingen)

TPR: Temporary Protection Regulation (Tijdelijke beschermingsverordening)

UIBM: Italiaans Octrooi- en Merkenbureau

UNLTD: Onbeperkt Partnership

UNRIT: United Kingdom, Netherlands, Romania, Italy, Turkey

UPB: Universiteit POLITEHNICA of Bucharest

VAT: BTW

VoF: General Partnership - Vennootschap onder Firma

WS: Werkcenter Scotland

YBI: Youth Business International (Jeugd Zakelijk Internationaal)

YME: Migrant Entrepreneurs (Jonge ondernemers met een migratie achtergrond)

Voorwoord

Het "Young Migrant Entrepreneurs (YME) Project" is een door Europa gefinancierd jongerenproject dat in 2019 is gestart in een samenwerking met Nederland, Italië, Roemenië, het Verenigd Koninkrijk en Turkije. YME bevordert de integratie en sociale inclusie van jonge migranten om de sociale cohesie in gemeenschappen te vergemakkelijken en te bevorderen. Het is van cruciaal belang om jonge migranten mondiger te maken naast het verbeteren van ondernemersvaardigheden, en om hun vaardigheden te ontdekken, te definiëren en te ontwikkelen, zodat ze ook de economische integratie kunnen bevorderen. Vanuit dit oogpunt legt de YME grote nadruk op beoordeling en ondersteuning van jonge migranten.

Jonge migranten vormen een essentiële groep met potentiële ondernemers in Europese landen. En helaas kunnen ze te maken krijgen met bepaalde juridische, culturele en taalbarrières in de landen waar ze wonen of zaken proberen te doen. Aan deze kwesties moet op een holistische manier aandacht worden besteed om de juiste ondernemersondersteuning voor jeugdwerk te kunnen bieden, net als alle andere ondernemersgroepen, met als doel een link te creëren tussen dit potentiële jeugdwerk en ondernemerschap, ongeacht waar ze zich bevinden. betrokken bij onderwijs of praktijk. Dit kan worden beschouwd als het hoofddoel van het YME-project.

In het kader van het YME-project was het eerste uitgangspunt de bevordering van betere kennis over de situatie van jonge migranten en het migrantenbeleid. Het is van cruciaal belang om hun standpunt over ondernemerschap, hun sterke en zwakke punten enz. te begrijpen. Afgezien hiervan moet ook rekening worden gehouden met het beleid van de Europese partnerlanden voor migranten. Dit is wat YME biedt door middel van een gedetailleerd behoefteanalyse-rapport.

YME Project is ook bedoeld om nuttige en praktische resultaten te creëren en om die tools te bewaren om in het echte leven te functioneren. Het e-assessmenttool, dat een van deze praktische instrumenten is, stelt jonge migranten in staat zichzelf te beoordelen in termen van ondernemersvaardigheden door hun potentieel aan creativiteit en talent te ontdekken en ook door hun kwalificatie om ondernemer te worden te evalueren.

Na de beoordeling hebben ze de mogelijkheid om via het YME-platform toegang te krijgen tot de gerelateerde richtlijnen en inhoud die zijn gemaakt en gericht op hun behoeften. In dit richtsnoer kan een potentiële jonge migrerende ondernemer de tips en trucs, motiverende video's en films, verhalen, procedures en vele andere onderwerpen met betrekking tot zakendoen vinden, die allemaal in de leergids van YME worden verzameld en gecreëerd.

Als een ander nuttig resultaat, voor capaciteitsopbouw, kunnen de trainers ondernemerschap een gids bereiken met sessieplannen vol activiteiten en onderwerpen om potentiële jonge migrantenondernemers op te leiden en hun vaardigheden en talenten te bevorderen om een succesvolle ondernemer te worden en hun bedrijfsplannen te creëren en te ontwikkelen.

Met deze handleiding willen we leerkrachten en jonge migranten inschrijven voor het project en de resultaten delen met een breed en relevant publiek, gebruikmakend van de bevindingen van het project. Het is ook een andere troef om het innovatieproces na het einde van het project te



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



ondersteunen door de beoogde doelgroepen en de belanghebbenden op lange termijn te betrekken bij het waardecreatieproces.

Namens het YME-projectteam

Hoofdstuk 1 Introductie

Kleine en middelgrote ondernemingen (KMO's) vormen de ruggengraat van de Europese economie. Ze vertegenwoordigen 99% van alle bedrijven in de EU. Ze hebben ongeveer 100 miljoen mensen in dienst, zijn goed voor meer dan de helft van het Europese bbp en spelen een sleutelrol bij het toevoegen van waarde in elke sector van de economie. De Europese Commissie ziet ondernemerschap als het benutten van kansen en ideeën en deze omzetten in waarde voor anderen, die financieel, cultureel of sociaal kan zijn.

Het ondernemerschapbeleid van de EC is erop gericht bedrijven, in het bijzonder kleine en middelgrote ondernemingen, gedurende hun hele levenscyclus te ondersteunen, onderwijs in ondernemerschap op alle niveaus te bevorderen en specifieke groepen met ondernemerspotentieel te bereiken en aan te moedigen. De EC bereikt specifieke groepen waarvan het ondernemerspotentieel nog niet volledig is benut, zoals vrouwen en jongeren via ondernemend leren en Erasmus voor jonge ondernemers. Het YME-project heeft een extra laag toegevoegd met zijn Green Book on Young Migrant Entrepreneurs.

Jeugdwerkloosheid is een ernstig probleem waarmee veel jongeren worden geconfronteerd, ongeacht hun achtergrondervaring en opleiding. Het is duidelijk dat als gevolg van EU-immigratiewetten veel jonge migranten inactief en werkloos zijn. Vooral omdat migranten zo inactief zijn (om voor de hand liggende bureaucratische regelgeving en juridische redenen), staat de opbouw van ondernemerschapscapaciteit voor jonge migranten hoog op de politieke agenda van de EU. Het project Young Migrant Entrepreneurs (YME) bevordert de integratie en sociale inclusie van jonge migranten om de sociale cohesie in Europa te bevorderen en bedrijven op te starten. De economische integratie van migranten is een van de prioriteiten van de alomvattende EU-aanpak van migratie. Het is van cruciaal belang om jonge migranten en jonge vluchtelingen in staat te stellen de vaardigheden te ontwikkelen en toegang te krijgen tot kennis en ondersteuningsregelingen waarmee ze een solide bestaan kunnen opbouwen en ook om toegevoegde waarde te creëren.

Hoe ondersteunt het project YME Young Migrant Entrepreneurship?

Het YME Green Book is een uitgebreide gids voor de jonge allochtone ondernemer en de jeugdwerker, over alles wat het YME-project doet, van intellectuele outputontwikkeling tot product, tot deskundig advies en begeleiding. Daarnaast wordt het groene boek aangevuld met ons online YME-platform en de YME-app, waarmee gebruikers YME-projectinformatie gemakkelijker kunnen zoeken en downloaden in een paar eenvoudige stappen.

Na uitgebreid onderzoek met onze doelgroepen (jonge migrantenondernemers en experts), inclusief online interviews en focusgroepen, hebben de YME-partners de YME-gidsen verbeterd, waardoor het gemakkelijker is om te navigeren en kruisverwijzingen te maken.

Het Green Book is gemaakt om belangrijke voordelen te bieden aan jonge migrerende ondernemers en jeugdwerkers in de 5 YME-landen, ook bekend als UNRIT: Verenigd Koninkrijk, Turkije, Nederland, Italië en Roemenië.

De waarde gecreëerd door het YME Green Book resulteert in:

- * de mogelijkheid om jeugdwerkers, lerarenopleiders en jonge migranten in te schrijven voor deze ondernemersprojecten;
- * het vermogen om innovatie te produceren en deze vervolgens naar nieuwe actoren en nieuwe territoria te verspreiden;
- * het vermogen om de ondernemersgeest, waarden en resultaten te verspreiden onder een breed en relevant publiek;
- * het vermogen om te profiteren van de bevindingen van het YME-project en om relevante aanbevelingen te doen voor beleidsmakers en besluitvormers - evenals voor actoren in het veld - om het projectwerk voort te zetten na het projectleven;
- * het vermogen om het innovatieproces tijdens en na het einde van het YME-project te ondersteunen;
- * het vermogen om de beoogde doelgroepen en de belanghebbenden te betrekken bij het waardecreatieproces op middellange en lange termijn

Het YME-partnerschap en de partnerorganisaties

Het Young Migrant Entrepreneurs (YME) -project, de ondersteuningspakketten, het YME-platform, de app en het Green Book zijn gericht op het leveren van ondersteuning voor het opbouwen van ondernemersvaardigheden aan jonge migranten in de partnerlanden. De partnerlanden zijn Turkije, Roemenië, Italië, Nederland en het Verenigd Koninkrijk.

Bogazici University - Turkije

Bogazici University (BU) werd formeel opgericht in 1971. Het heeft vier faculteiten, zes graduate instituten, twee scholen (School of Foreign Languages en Vocational School of Applied Sciences) en 32 onderzoekscentra. De faculteiten en scholen bieden bacheloropleidingen aan voor circa 16.000 studenten, terwijl de instituten masteropleidingen aanbieden aan circa 4.000 studenten. De voertaal aan de universiteit is Engels. Er zijn permanent 939 academisch personeel en 984 administratief personeel. Het wordt onderschreven door de European Universities Association (EUA) en de Faculteit Ingenieurswetenschappen is de eerste ABET-geaccrediteerde faculteit in TR. BU is lid van verschillende internationale universitaire netwerken die hetzelfde doel nastreven: het versterken van de academische samenwerking tussen haar leden: IAU – International Association of Universities; Magna Charta Universitatum; EUA - European

University Association; Unimed - Mediterrane Universiteiten Unie; Het Utrechts Netwerk; Black Sea Universities Network; SEFI - European Society for Engineering Education, European Universities Continuing Education Network (EUCEN).

Ministry of National Education - Turkije

Ministry of National Education (MoNE) in Turkije beheert een van de grootste onderwijssystemen in Europa. Onderwijsdiensten op alle niveaus worden substantieel (meer dan 90%) geleverd door openbare onderwijsinstellingen. Administratieve wetgeving en toezicht met betrekking tot formeel en niet-formeel onderwijs (behalve voor hoger onderwijs) worden uitgevoerd door het Ministerie van Nationaal Onderwijs. MoNE regelt ook de tewerkstelling en verhuizing van leraren en legt het curriculum op; roosters, leerboeken die in de klas worden gebruikt en expliciet toetsen gebruiken om de lespraktijken in de klas te volgen. Er zijn ook particuliere onderwijsinstellingen. Onder particuliere onderwijsinstellingen wordt verstaan particuliere financiering en administratie. Individuen, bedrijven of andere soorten instellingen (zoals verenigingen, stichtingen) kunnen particuliere scholen openen en runnen op basis van winst op kleuter-, lager en secundair niveau. Particuliere onderwijsinstellingen zijn onderworpen aan dezelfde voorschriften als openbare instellingen op het gebied van onderwijsregelingen en certificering (curricula, kwalificaties van leraren, duur van schooldag / -week / jaar, beoordeling, voortgang, diploma enz.). Tot op zekere hoogte worden op verschillende manieren publieke middelen aan particuliere instellingen gegeven. Maar 'van de overheid afhankelijke' particuliere instellingen bestaan niet. Op het niveau van het hoger onderwijs kunnen alleen 'stichtingen' particuliere instellingen voor hoger onderwijs runnen zonder winst te maken.

Aantal studenten 2019: 18 miljoen (1,5 kleuterschool, 5,5 basisschool, 5,5 middelbare school, 5,5 hoge school)

Openbare scholen: 15 miljoen

Privéscholen: 1,5 miljoen

Open onderwijs 1,5 miljoen

Als eerste poging voor de sociale integratie van Syriërs in Turkije was het vooral gericht op hun opleiding. Er zijn 3,5 miljoen Syriërs in Turkije en 1,1 miljoen zijn tussen de 5 en 18 jaar. Hoewel er enorme inspanningen worden geleverd om onderwijs te geven aan de Syrische kinderen in Turkije, krijgen momenteel slechts 650.000 onderwijs op openbare scholen. Het uitdagende deel van de integratie van Syrische kinderen is taaltraining. Het aanbieden van volwaardige Turkse taalcursussen is nog steeds een gebied in ontwikkeling met alle inspanningen en steun van MoNE.

Begin 2016 heeft Turkije zijn wetgeving gewijzigd zodat vluchtelingen legaal aan het werk kunnen. Syrische vluchtelingen kunnen nu een werkvergunning krijgen en toegang krijgen tot het beroepsonderwijs en -opleiding. Door de kost te verdienen of een beroepskwalificatie te

verwerven, hebben vluchtelingen de mogelijkheid om actief lid te worden van de Turkse economie in plaats van hulp te blijven ontvangen. Tot nu toe konden arbeidsmarktinstellingen en scholen voor beroepsonderwijs slechts een beperkt aanbod van diensten aanbieden om aan de behoeften van Syrische vluchtelingen te voldoen. Veel vluchtelingen hebben niet de nodige kennis van het Turks. Als gevolg van de oorlog hebben zij hun opleiding niet kunnen afmaken en zijn zij niet meer in het bezit van hun cursusdiploma. Bovendien zijn ze niet bekend met de Turkse arbeidsmarkt en de beschikbare adviesdiensten.

Ter ondersteuning van deze voorwaarde kunnen Syriërs vanaf het academiejaar 2016-17 inschrijven voor openbare onderwijscentra die gespecialiseerd zijn in opleidingen voor veel verschillende beroepsprofielen.

Universiteit POLITEHNICA van Boekarest (UPB) - Roemenië

De UPB is opgericht in 1886, is de oudste en grootste technische universiteit van Roemenië, met ongeveer 23000 studenten waarvan meer dan 1500 internationale studenten, 3300 fulltime medewerkers, 1800 parttime docenten en 900 postdoctorale studenten. Universiteit POLITEHNICA van Boekarest omvat studieprogramma's voor veel van de technische velden, van informatica en robotica tot ondernemerschap, bedrijfskunde en management. Universiteit POLITEHNICA van Boekarest maakt deel uit van de internationale academische gemeenschap en deelt hetzelfde geloof in morele, educatieve, wetenschappelijke en culturele waarden. Haar belangrijkste missie is om onderwijs, opleiding en wetenschappelijk onderzoek samen te brengen om professionals voor te bereiden die in staat zijn om zich aan te passen aan de eisen van de markteconomie en nieuwe technologieën, met economische en managementkennis en om de principes van duurzame ontwikkeling en milieubescherming te promoten..

Dutch Foundation of Innovation Welfare 2 Work - Nederland

The Dutch Foundation of Innovation Welfare 2 Work (DFW2W) is een onafhankelijke non-profitorganisatie die professionals (bijv. Jeugdwerkinstellingen, (lokale, regionale en EU) overheden, enz.) En jongeren ondersteunt op het gebied van werkgelegenheid, job matching & mobiliteit, stage, onderwijs, sociale insluiting, sociale zekerheid, sociale innovatie, welzijn, ondernemerschap en levenskwaliteit.

CPA - Italië

Mensen en bedrijven helpen om Europese kansen te benutten door middel van empowermentstrategieën, coaching, ondernemerschap en innovatie. Betrokken bij het werken met migranten, plattelandsontwikkeling en mensen met speciale behoeften om hun inzetbaarheid en aantrekkelijkheid op de markt te vergemakkelijken.

Werkcenter Scotland - Verenigd Koninkrijk

Werkcenter Scotland heeft de filosofie 'From Work to Work; that's the way it works', een alomvattende lokale aanpak die wordt opgepakt tot regionaal, nationaal en internationaal niveau waarbij het hoofddoel is om jongeren door ervaring aan het werk en / of ondernemerschap te krijgen. WS is gericht op het stimuleren van (leren naar) ondernemerschap, werk en het zoeken naar werk in alle fasen. Door een eenvoudige gestructureerde aanpak verbetert het onmiddellijk de positie van de jonge werklozen op de arbeidsmarkt en verbetert tegelijkertijd hun inzetbaarheid op lange termijn.

Hoofdstuk 2 Wat is ondernemerschap

Deze paragraaf beschrijft een perspectief van ondernemerschap vanuit ondernemerschapsliteratuur om een basis te leggen voor projectlanden.

Ondernemerschap als discipline is de afgelopen jaren sterk in opkomst. Hoewel het ooit gezien werd als een uitzondering, wordt ondernemerschap momenteel gezien als een vereiste vaardigheid voor het individu en het succes van een bedrijf. Het YME Project identificeert dit fenomeen en heeft tot doel ondernemerscapaciteiten te bieden aan de YME's in projectlanden.

Ondernemerschap in zijn ruimste zin is het best omschreven door Stevenson (1983, 1985, 1990) als "het nastreven van kansen die verder gaan dan de middelen die u momenteel beheert." Deze definitie benadrukt kansen als de enige echte bron. Het vereist dat ondernemers hun visie op de kans delen met de mensen die ze inhuren en de investeerders die ze zoeken, in plaats van met de kapitaalmiddelen die ze kunnen bieden of waarover ze kunnen onderhandelen.

De bron van kansen kan vele vormen aannemen. Traditioneel zien zakenmensen kansen in de onvervulde marktvraag. Dit betekent dat er op de markt, vraag is naar een dienst of product; er is echter geen aanbod op de markt of het bestaande aanbod is duur, omslachtig of niet betrouwbaar. In dit geval is de kans het creëren en bieden wat mensen vragen. Dit soort kansen zijn productiegericht, competitief en meestal van korte duur. Als er bijvoorbeeld een groeiende trend is voor gezonde voeding en onvoldoende aanbod op de markt is, is dit een kans voor deze achtergestelde markt. Er zit hier echter een addertje onder het gras. Wanneer zoveel kanszoekende ondernemers dezelfde markt betreden, kan dit snel leiden tot een overbezorgde markt met veel concurrentie. Dit is vergelijkbaar met een situatie waarin een ijssalon in een buurt opent en er plotseling nog vijf winkels opengaan. Als de markt groeipotentieel heeft, kan dit nieuwe aanbod werken, maar in de meeste gevallen zullen alle winkels onvoldoende winst maken omdat de vraag voor elke nieuwkomer onvoldoende zal zijn.

Vanwege het competitieve karakter van het voldoen aan de marktvraag, is het voldoen aan onvervulde behoefte van de marktvraag een betere methode om kansen te identificeren. Een onvervulde behoeften komen voort uit het identificeren van problemen of uit dingen die je dwars zitten. Elke klacht is een kans. Observatie van andere mensen en bewustwording van de omgeving worden erg belangrijk. Het juiste probleem op de juiste manier definiëren wordt dus een sleutelvaardigheid. Als het probleem correct is gedefinieerd, wordt het vinden van de oplossing gemakkelijker. Onvervulde behoeften zijn meestal latente of verborgen behoeften, waarvan zelfs de mensen zich niet bewust zijn. In dit geval is er geen markt en het eerste bedrijf dat aan de behoeften voldoet, creëert niet alleen een product, maar creëert de hele markt, zoals in het beroemde citaat van Henry Ford die zei: "Als ik mensen zou vragen wat ze wilden, zouden ze snellere paarden hebben gezegd. In plaats daarvan heb ik ze auto's gegeven." In dit voorbeeld waren mensen zich bewust van hun transportbehoeften en was snelheid het benoemde probleem. Ze waren zich echter niet bewust van de beschikbare opties voor hun transportprobleem.

"Als ik mensen zou vragen wat ze wilden, zouden ze snellere paarden hebben gezegd. In plaats daarvan heb ik ze auto's gegeven. "

Henry Ford

Daarnaast zijn sommige mensen visionairen die dromen en voorstellingen maken voor op de lange termijn. Dit soort kansen zoeken vereist het stellen van vragen als “Hoe kunnen we <een veld, product of dienst plaatsen die u wilt verbeteren> beter ontwerpen” en “Wat als”. Elon Musk (opgegroeid in Zuid-Afrika) is zo'n visionair die durfde te vragen: “Waarom keren ruimteschepen niet volledig terug naar de aarde?” en werkte gedurende een decennium aan dit probleem. Kort nadat hij eindelijk een antwoord had gevonden, stelt hij deze keer een andere vraag die ooit een onvoorstelbare oplossing voor het transportprobleem kan bieden. Hij vraagt: “Wat als we ruimteraketten gebruiken voor menselijk transport voor twee willekeurige punten op aarde?” Door deze vraag te stellen, probeert hij de reistijd tussen alle bestemmingen op aarde te verkorten tot minder dan een uur.

Steve Jobs is een ander voorbeeld van een visionair die ook de zoon was van immigranten uit Syrië. Hij richtte Apple op met de belofte van een persoonlijke computer waardoor iedereen thuis zijn eigen computer kan hebben. Computers werden gezien als zakelijke machines en niemand dacht dat ze voor persoonlijke doeleinden konden worden gebruikt. Onder leiding van Jobs heeft Apple zichzelf verschillende keren opnieuw uitgevonden, niet alleen op het gebied van computers, maar ook op het gebied van software, besturingssystemen, grafisch ontwerp, muziek, telefoon en op vele andere gebieden.

De definitie van Stevenson beschrijft kansen als het startpunt en stelt dat het een eindeloos navolgen is van wat een constante zoektocht is. Kansen zijn bewegende doelen. Er zijn geen definitieve start- en finishlijnen. Ondernemerschap gaat dus over deze zoekfunctie. Dit is heel anders dan uitvoering (Yang et al., 2018).

Bij het verklaren van dit zoekgedrag definieert managementliteratuur een strategische houding ten opzichte van ondernemerschap die wordt aangeduid als Entrepreneurial Orientation (EO). EO vertegenwoordigt de managementprioriteit die wordt gelegd bij het identificeren en exploiteren van marktkansen voor ondernemingsdoeleinden (Baker & Sinkula, 2009). EO stelt dat bedrijven of individuen met een ondernemende mentaliteit de kansen op de markt voor iedereen identificeren (pro activiteit), innovatieve oplossingen bedenken om deze kansen te grijpen (innovatie) en hoge risico's nemen (bijv. Schulden) om deze initiatieven uit te voeren (risico's nemen) (Miller, 1983).

De tweede helft van de definitie beschrijft twee soorten middelen; middelen die u momenteel beheert en middelen die u momenteel niet beheert. Dit is een belangrijk onderscheid om te maken. Ondernemers concentreren zich meestal op de vele dingen die ze niet onder controle hebben en klagen over wat er met hen gebeurt of de mislukkingen die ze hebben meegemaakt. Dit is een externe reden om hulp te zoeken voor uw onderneming. Voorbeelden zijn, het gedrag van anderen, klagen over anderen of moeten wachten op anderen zijn het resultaat van zaken die je niet onder controle hebt. In plaats daarvan suggereert Stevenson om een perspectief van 'binnen naar buiten' te verkrijgen door eerst te focussen op de beheersbare bronnen en te werken aan het verleggen van de grenzen van beheersbare bronnen. Dit is wat hij bedoelt met het woord “verder”, meer middelen bereiken, je grenzen verleggen, consequent verbeteren, falen, proberen, experimenteren en uiteindelijk groeien. De ondernemer moet zich dus concentreren op de meest controleerbare gebeurtenis, dat is hijzelf. De mindset wordt de belangrijkste hulpbron. Het is niet wie het meeste kapitaal, het meeste netwerk, de meeste kennis en de meeste ervaring heeft, maar wie de sterkste mindset heeft en streeft naar leren, groeien en verbeteren.

Ik noem dit type zoekopdracht 'Beheersbare in conformiteit'. In conformiteit vereist dat iemand buiten de comfortzone gaat en een zoekfunctie uitvoert. Deze weg is vol onzekerheden en teleurstellingen. De constante zoektocht naar leren en verbetering van iemands zelf is echter de beloning die naar verwachting de bron van grotere resultaten zal zijn. Bij dit streven is de mentaliteit alleen waardevol. Dus je moet rust zoeken en kalm blijven, ongeacht de omstandigheden. Dit is de kern van een succesvolle onderneming.

Naast de definitie van ondernemerschap als een mentaliteit, definiëren veel wetenschappers het als synoniem voor het opbouwen van een klein bedrijf. De opkomende startup-cultuur maakt het echter anders dan kleine bedrijven. Veel oprichters van startups, durfkapitaal investeerders en veteranen uit Silicon Valley zijn het erover eens dat opstarten een andere vorm van ondernemen is, waarbij de organisatie wordt gekenmerkt door zoeken en experimenteren (Ries, 2011; Davenport, 2009) en snelle groei (Graham, 2). Concreet stelt Blank (2013) dat startups geen kleine versies zijn van traditionele bedrijven en verder stelt hij dat traditionele managementpraktijken niet van toepassing zijn op startups. Startups zoals Google, Airbnb of Dropbox spelen een cruciale rol bij het verstoren van de bestaande economische structuren, niet alleen door bedrijven op te richten, maar ook door nieuwe markten en bedrijfsmodellen te creëren. Blank (2013) stelt ook dat een bedrijfsmodel een zoektocht is naar een duurzaam en winstgevend bedrijf. Duurzaam betekent dat de middelen op de lange termijn moeten bestaan, terwijl winstgevend betekent dat het bedrijf voldoende waarde vastlegt om zijn missie te vervullen: waarde creëren en leveren en belanghebbenden tevreden stellen.

Dit project staat dus dicht bij Stevenson (1983, 1985, 1990) en stelt ondernemerschap als een mentaliteit in de breedste zin van het woord en maakt een onderscheid tussen kleine bedrijven en startups. Hoewel ondernemerskwaliteiten hetzelfde zijn voor startende ondernemers en eigenaren van kleine bedrijven, zijn de risico's, onzekerheden en beloningen verschillend. Visie speelt hierbij een sleutelrol. Onderwijs in ondernemerschap moet dus gebaseerd zijn op het zoeken naar kansen in plaats van op opportunistisch onderwijs. Hoe vergelijkbaar ze ook mogen lijken; het eerste is gebaseerd op een langetermijnvisie en experimenten met als doel een bedrijf op te bouwen en het tweede op kortetermijndenken en niet-duurzaam denken op basis van winst maken.

Hoofdstuk 3 Wat is ondernemerschap voor jonge migranten?

Definitie Ondernemerschap van jonge migranten

Jong migrantenondernemerschap combineert drie concepten, namelijk ondernemerschap, immigranten en jongeren. Voor dit project kan jong migrantenondernemerschap worden gedefinieerd als de ondernemingsactiviteiten van jonge immigranten tussen de 16 en 29 jaar, die een ander thuisland hebben dan het huidige gastland. Ondernemerschap van jonge migranten neemt toe, deels als gevolg van de zakelijke, culturele en maatschappelijke implicaties van geavanceerde technologie, sociale media en internet.

Ondernemerschap en zelfstandig ondernemerschap komen in sommige landen soms vaker voor bij immigranten dan bij autochtonen. Shinnar en Zamantlı Nayır (2019) bespraken de factoren die immigranten motiveren om ondernemer te worden. Pull-factoren zijn onder meer hogere lonen, professionele status, meer onafhankelijkheid en potentieel voor opwaartse mobiliteit in de samenleving. Push-factoren zijn alle factoren die kansen op de primaire arbeidsmarkt blokkeren, dus immigranten moeten als zelfstandige zoeken om armoede en werkloosheid te voorkomen. Volgens hen vertegenwoordigen sociale / zakelijke / familiebanden in het thuisland en in het gastland het sociale kapitaal van immigranten (wie ken ik?). De kennis over de taal, cultuur en gebruiken van het gastland vertegenwoordigt het menselijk kapitaal van immigranten (wat weet ik?). Immigrantenondernemers gebruiken zowel hun menselijk kapitaal als hun sociaal kapitaal om kansen te ontdekken, middelen te verwerven en nieuwe bedrijven te starten. Ze krijgen inzicht in de markt in het thuis- en gastland. Ze proberen ook vertrouwensrelaties op te bouwen die hen helpen bij hun aanpassing en succes in het gastland.

Jongerenondernemerschap is om verschillende redenen belangrijk. De jonge bevolking is zeer dynamisch, zoekt naar nieuwe dingen, zit boordevol ideeën, neemt risico's en is ondernemend. Ze zijn meer geneigd om nieuwe trends te volgen en de nieuwe technologie te gebruiken. In de wereld van sociale media zijn ze ook meer verbonden met de informatie van de wereld en met allerlei soorten mensen, overal en altijd. Ze zijn soms brutaler, zullen eerder uit hun comfortzone treden en hebben een mentaliteit die meer ruimte biedt voor visie en herkenning van kansen. In de woorden van Steve Jobs is de kans groter dat jonge mensen 'Honger blijven, dwaas blijven'. De jonge bevolking biedt een enorm potentieel om ondernemingsactiviteiten te ontplooiën. Er zijn veel beroemde jonge ondernemers, waaronder Mark Zuckerberg van Facebook, Larry Page en Sergey Brin van Google, Naveen Selvadurai van foursquare, Peter Cashmore van mashable en Catherine Cook van Myyearbook.

"Als je eerst de dingen doet die gemakkelijker zijn, dan kun je echt veel vooruitgang boeken."

Mark Zuckerberg, Facebook

"Het moeilijkste is gedaan door uit te zoeken hoe je moet beginnen"

Rand Fishkin, SEOmoz

"Alles begon als niets."

Ben Weissenstein, Grand Slam Garage Sales

"Ik heb geen grote ideeën. Ik heb soms kleine ideeën, die lijken te werken. "

Matt Mullenweg, WordPress

"Ik lijd aan het waanidee dat elk product van mijn verbeelding niet mogelijk is, maar altijd op het punt staat echt te worden."

Sean Parker, Napster

"Ik denk dat ik in het begin erg naïef was, maar dat betekende ook dat ik niet wist wat ik niet kon doen."

Matt Mickiewicz, 99 Designs

"Het gaat er niet om hoeveel jaar ervaring je hebt. Het gaat om de kwaliteit van uw jarenlange ervaring. "

Jacob Cass, Logo of the Day

" Er is geen commissie die zegt: 'Dit is het type persoon dat de wereld kan veranderen - en jij niet.' Beseffen dat iedereen het kan, is de eerste stap. De volgende stap is uitzoeken hoe je het gaat doen. "

Adora Svitak, Flying Fingers

Op het snijvlak van jong zijn, immigrant zijn en ondernemersgeest bieden jonge migrantenondernemers nieuwe wegen voor ondernemerschap, ontwikkeling en vooruitgang. Ze hebben de mogelijkheid om de deuren te openen voor unieke kansen vanwege hun migratieachtergrond en vanwege de passie van hun leeftijd. Ze missen misschien expertise, financiering en toegang tot gevestigde manieren van zakendoen, maar ze zijn zeer verbonden met de wereld en zijn energiek. Ze kunnen goede ondernemers zijn en enorm bijdragen aan de samenleving

(sources: Shinnar, R. S., & Zamantılı Nayır, D. (2019). Immigrant entrepreneurship in an emerging economy: The case of Turkey. Journal of Small Business Management, 57(2), 559-575).

Hoofdstuk 4 Huidige integratiesituatie en ondernemerschap door migranten in YME-landen

De YME-landen worden ook wel 'UNRIT' genoemd. Dit acroniem staat voor: Verenigd Koninkrijk, Nederland, Roemenië, Italië en Turkije

Vijf landen vormen een platform voor YME-onderzoek, VNRIT (Verenigd Koninkrijk, Nederland, Roemenië, Italië en Turkije). In elk land zijn er verschillende categorieën migranten en verschillende soorten regelgeving. Er zijn verschillende agenten en agentschappen op nationaal en lokaal niveau die activiteiten met betrekking tot migranten reguleren of ondersteunen over kwesties die variëren van juridische aspecten tot culturele integratie. Ons onderzoek laat veel kansen zien voor nieuwe ondernemersactiviteiten voor jonge migranten.

De sectie bevat informatie over de huidige situatie in elk land met betrekking tot kwesties over ondernemerschap door migranten. Er zijn veel voorbeelden van goede praktijken inzake ondernemerschap door migranten. Goede praktijken bieden ook een goede manier om onderwijsprogramma's voor jonge migranten te ontwikkelen. Hoewel goede praktijken van land tot land kunnen verschillen, bieden ze informatie om jonge migranten op te leiden tot ondernemer en te gedijen in ondernemingsactiviteiten

1. Welke kennis en vaardigheden hebben jonge migrantenondernemers nodig?
2. Welke methode is het meest geschikt voor YME-onderwijs?

Huidige situatie in VNRIT

Verenigd Koninkrijk

De in het buitenland geboren bevolking is tussen 2004 en 2017 bijna verdubbeld. De omvang van de in het buitenland geboren bevolking in het VK is gestegen van ongeveer 5,3 miljoen in 2004 tot iets minder dan 9,4 miljoen in 2017 (zie figuur 1). In dezelfde periode is het aantal buitenlandse burgers gestegen van bijna 3 miljoen tot ongeveer 6,2 miljoen. Hoewel het aantal EU-migranten het afgelopen decennium sneller is gestegen dan niet-EU-migranten, vormen niet-EU-buitenlandse geborenen nog steeds de meerderheid van de in het buitenland geboren bevolking. In 2017 was 39% van de in het buitenland geboren bevolking in de EU geboren.

Hoewel het aantal vrouwelijke en mannelijke migranten in de loop van de tijd is toegenomen, vormen vrouwen een kleine meerderheid van de Britse migrantenbevolking. Volgens gegevens van de LFS was in 2017 53% van de in het buitenland geboren bevolking vrouw.

Kijkend naar de verdeling van in het buitenland geborenen naar leeftijd, inclusief kinderen (0-15 jaar), jongeren (15-25 jaar), volwassenen (26-64 jaar) en pensioenleeftijd (65+): Tussen 69% en 76% van degenen die in verschillende landen zijn geboren, zijn volwassenen, met het laagste percentage voor in het buitenland geboren EU14 en Noord-Amerika. Er wordt meer variatie waargenomen in het percentage 65-plussers, variërend van 1% van de A8- en A2-migranten tot 17% van de mensen die in India zijn geboren.

Tussen 5 en 11% van de in het buitenland geboren bevolking uit verschillende landen zijn kinderen, waaronder 11% van A8 en A2, en 5% van de mensen die in Afrikaanse landen zijn geboren. Minder dan 13% van de migranten zijn jongeren, met het kleinste percentage (5%)

voor Oceanië en India, en het grootste percentage (13%) van degenen die zijn geboren in Overig Azië en A2-landen.

Als we kijken naar de in het VK geboren bevolking, is slechts ongeveer de helft van de in het VK geboren bevolking volwassen tussen 26 en 64 jaar, terwijl een op de vijf in het VK geboren inwoners een kind is; 11% van de in het VK geboren bevolking zijn jongeren, terwijl de in het VK geboren bevolking het hoogste percentage personen met de pensioengerechtigde leeftijd heeft (19%).

Er zijn aanzienlijke verschillen in de geografische spreiding van migranten in het VK. In 2017 bevond ongeveer de helft van de in het buitenland geboren bevolking van het VK (52% in totaal) zich ofwel in Londen (38%) of in het zuidoosten (14%). Noord-Ierland, Wales en het noordoosten hebben een laag aandeel van de totale in het buitenland geboren bevolking van het VK, respectievelijk 7,5%, 6,3% en 6,2%. Ter vergelijking: de in het VK geboren bevolking is gelijkmatiger verdeeld. In 2017 woonde slechts 10% van de in het VK geboren bevolking in Londen.

In 2017 woonden bijna 1,5 miljoen in het buitenland geboren mensen in Inner London en bijna 1,9 miljoen in Outer London. Het kleinste aantal in het buitenland geboren individuen werd gevonden in het noordoosten en Merseyside (Met County). De grootste stijgingspercentages in de perioden 2004 en 2017 deden zich voor in "Rest van Yorkshire" en Schotland. Dit is niet verwonderlijk gezien het kleine aantal migranten dat Rest of Yorkshire had in 2004. Tussen 2004 en 2017 kenden Outer London, West Yorkshire (Met County) en Inner London de laagste procentuele stijging van het aantal migranten (tot 68, 46 respectievelijk 40%).

Van de Britse bevolking was 14,4% in het buitenland geboren en 9,5% niet-Britse staatsburgers in 2017. Het aandeel van in het buitenland geboren mensen in de totale bevolking van het VK is gestegen van 8,9% in 2004 tot 14,4% in 2017 (Figuur 3). In dezelfde periode steeg het aandeel buitenlanders van 5,0 naar 9,5%.

Polen, India en Pakistan zijn de top drie geboortelands voor in het buitenland geboren, die respectievelijk 10%, 9% en 6% van het totaal vertegenwoordigen. Polen is ook het land met de hoogste nationaliteit van buitenlandse staatsburgers, goed voor 16,4% van de niet-Britse burgers die in het VK wonen. (Zie bijlage voor gedetailleerde informatie).

Enkele feiten over ondernemerschap door migranten in het VK

We ontdekken dat Groot-Brittannië een smeltkroes is voor jonge, productieve, ondernemende migranten van over de hele wereld. Bijna een half miljoen mensen uit 155 landen hebben zich in Groot-Brittannië gevestigd en bedrijven opgericht.

Hun impact is enorm. We zien dat ze achter één op zeven van alle Britse bedrijven staan. Hun ondernemersactiviteit is bijna het dubbele van die van in het VK geboren individuen. Ze zijn gemiddeld acht jaar jonger dan de typische in het VK geboren ondernemer en, onder een aantal nationaliteiten, een een groter deel van de migrantenvrouwen start een bedrijf dan onder de Britse bevolking.

Het bewijs, evenals de context voor het toekomstige debat over immigratie, is duidelijk. Groot-Brittannië is sterk afhankelijk van ondernemende migranten om bedrijven te starten, banen te creëren en de economie te laten groeien. De topsectoren waarin migrerende ondernemers werken zijn bouw en vastgoed, deze individuen zijn dus letterlijk Groot-Brittannië aan het herbouwen. In vitale sectoren zoals consumptiegoederen, IT en productie vertrouwen we ook op de vaardigheden en productiviteit van ondernemende migranten.

Source: Report Migrant Entrepreneurs: Building Our Businesses Creating Our Jobs A report by Centre for Entrepreneurs and DueDil

Door immigranten geleide KMO's, om één groep te benadrukken, genereren £ 13 miljard aan inkomsten en 107.000 banen voor de Schotse economie. Door aanzienlijk meer kans te hebben op postdoctorale kwalificaties en familiebedrijfservaring, is de kans groter dat ze zakelijke kansen ontdekken en beginnen

nieuwe veelbelovende ondernemingen in Schotland. Dit geldt voor alle migrantenondernemers, of ze nu zijn gemigreerd vanuit Engeland, Estland of Ethiopië; of gelegen in de grootste steden of meest afgelegen nederzettingen van Schotland. Niettemin, ondanks hogere groeiverwachtingen en exportambities, hebben door immigranten geleide ondernemingen met name moeite om hun ambitieuze bedoelingen om te zetten in succesvolle en gevestigde bedrijven. Ze ervaren een grillige groei, lage exportactiviteit en geen prestatievoordeel. Gezien de omvang van de aangeboden prijs, zou het ondersteunen van deze ondernemers om deze belemmeringen voor groei te overwinnen een topprioriteit moeten zijn voor de Schotse regering, haar ondernemingsinstanties en de lokale overheid.

Enkele Schotse feiten:

- Schotland heeft het hoogste niveau van universitair geschoolde migranten in de Europese Unie
- Een op de tien kleine en middelgrote ondernemingen in Schotland wordt geleid door immigranten
- In 2017 waren er ongeveer 310.000 zelfstandigen in Schotland, waarvan ongeveer 28.000 zelfstandige buitenlandse immigranten (9%). Bijna de helft van deze immigrantenondernemers (44%) bevindt zich in de drie grootste steden van Schotland, Glasgow, Edinburgh en Aberdeen.
- Overzeese immigranten en Schotse repatrianten hebben bijna twee keer zoveel kans om actief een bedrijf te starten of een eigen bedrijf te runnen, vergeleken met Schotse niet-migrant. Dit is ook het geval voor Schotse en RUK-migrant die 24%
- en 67% meer kans om betrokken te zijn bij beginnende ondernemersactiviteiten.
- Vergeleken met de rest van het VK, zullen immigrantenondernemers in Schotland minder geneigd zijn tot door noodzaak gedreven ondernemerschap, als gevolg van de lage werkloosheid onder immigranten en het hoge opleidingsniveau onder immigranten.

De impact van migrantenondernemers reikt echter veel verder dan de economie. Door verschillende producten en diensten aan te bieden aan consumenten in Schotland, fungeren ze als een brug tussen hun thuis- en gastcultuur. Door interacties tussen mensen uit verschillende culturen mogelijk te maken en verschillende landen versterken ze de integratie-inspanningen en het culturele begrip en maken ze het Verenigd Koninkrijk aantrekkelijker om te bezoeken, een bedrijf te starten, te studeren en te werken.

Source: STARTING OVER: MIGRANT ENTREPRENEURSHIP IN SCOTLAND by FSB; Rienzo, Cinzia and Carlos Vargas-Silva. "Migrants in the UK: An Overview," Migration Observatory briefing, COMPAS, University of Oxford, August 2018; Salt, J. "International Migration and the United Kingdom, 2010." Report of the United Kingdom SOPEMI correspondent to the OECD, Migration Research Unit, University College London, 2011.

Nederland

In de eerste drie kwartalen van 2018 kwamen er 81 duizend mensen bij in Nederland. Dit is vergelijkbaar met de bevolkingsgroei in dezelfde periode vorig jaar. De groei wordt voornamelijk bepaald door buitenlandse migratie. Bij een Nederlandse gemeente waren 69,5

duizend mensen uit het buitenland meer geregistreerd dan er vertrokken. Bovendien werden er meer dan 11 duizend kinderen meer geboren dan er stierven. Dat blijkt uit tijdelijke cijfers van het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS).

Een belangrijk deel van de jaarlijkse migratiebeweging vindt plaats in het derde kwartaal. De cijfers tot en met september geven al een beeld van de groei voor dit jaar. In de eerste drie kwartalen kwamen 186 duizend immigranten naar Nederland, 4,5 duizend meer dan in dezelfde periode een jaar geleden. Daarnaast zijn 116,5 duizend mensen geëmigreerd, 1,5 duizend meer dan in de eerste drie kwartalen van 2017. Daarmee is het migratiesaldo momenteel circa 3 duizend hoger dan vorig jaar (bron: 2018).

De bevindingen Cohortstudie 2019 voor asielzoekers en statushouders geeft ook inzicht in de huidige situatie. Vanaf 2017 monitort het CBS alle asielzoekers die zijn binnengekomen in de opvangcentra van het Centraal Orgaan opvang Asielzoekers (COA) en statushouders inclusief gezinsherenigingsverzoekers en hun volgende gezinsleden. De derde editie van het jaarrapport over dit cohortonderzoek belicht de recente instroom van asielzoekers in de opvangcentra van het COA en de samenstelling van de nieuwste groep statushouders. Verder geeft deze webpublicatie een actueel overzicht van hoe het is vergaan met de statushouders die sinds 2014 een verblijfsvergunning asiel hebben gekregen. Hier gepresenteerde cijfers zijn onder meer de in- en uitstroom bij de COA-opvangcentra, de wachttijd voor een asielverblijf vergunning, huisvesting, inburgering, gezinssamenstelling, gezinshereniging, onderwijs, werk en inkomen, zorggebruik en criminaliteit. Dit onderzoek is uitgevoerd in opdracht van de ministeries van Sociale Zaken en Werkgelegenheid, Justitie en Veiligheid, Onderwijs, Cultuur en Wetenschap en Volksgezondheid, Welzijn en Sport.

Hieronder worden de recente ontwikkelingen beschreven in de nieuwe instroom en verblijfsduur van asielzoekers in de COA-opvangcentra:

- Instroom opvangcentra COA licht gedaald in eerste helft 2018 - Ten opzichte van een jaar eerder werden minder asielzoekers opgenomen in opvangcentra COA. Hieronder valt ook de instroom van volgende gezinsleden via opvangcentra van het COA.
- Meer asielzoekers uit veilige landen - Vooral de laatste jaren is er een stijgende instroom uit veilige landen als Marokko en Algerije. Ook het aantal Turkse asielzoekers in Nederland is in 2018 sterk gestegen.
- Aandeel volgende familieleden stijgt niet meer - Familieleden die zich bij de asielzoeker voegen, zijn talrijker onder Syriërs en Eritreeërs. Van de inkomende Eritrese asielzoekers in 2017 volgde een aandeel van 59 procent gezinsleden.
- Asielzoekers nog jong - Ruim driekwart van alle asielzoekers is op het moment van aankomst in Nederland jonger dan 35 jaar.
- Syrische asielzoekerspopulatie met een steeds gelijkmatiger leeftijdsverdeling - Met name in 2016-2017 lag het aandeel vrouwen en jongere kinderen iets hoger dan in voorgaande jaren. Dit komt grotendeels door een stijgende instroom van familieleden uit Syrië in die twee jaar.
- Meer Eritrese asielzoekers komen met gezinsleden - In 2017 reisde 60 procent van alle asielzoekers als gezin naar Nederland. In 2018 bedroeg dit aandeel 50 procent. In 2014 en 2015 reisden relatief meer asielzoekers alleen naar Nederland.

- Minder herplaatste asielzoekers in COA-opvang - In de periode 2015–2017 zijn asielzoekers uit COA-opvang de eerste zes maanden van hun verblijf gemiddeld iets meer dan één keer naar een andere opvanglocatie verhuisd.
- De meeste Syriërs en Eritreeërs krijgen na 12 maanden een verblijfsvergunning asiel - Van alle Syriërs en Eritreeërs die in de periode 2014–2016 naar de opvangcentra van het COA kwamen, had ongeveer 90 procent na 12 maanden een verblijfsvergunning asiel voor bepaalde tijd gekregen. Dit aandeel schommelde tussen de 12 en 57 procent onder andere nationaliteiten.
- Na 3,5 jaar verbleven nog 570 asielzoekers in opvangcentra van het COA zonder verblijfsvergunning - Deze mensen wachten niet allemaal nog op een verblijfsvergunning. Sommigen blijven in een opvangcentrum nadat ze zijn afgewezen in afwachting van hun vertrek, anderen zijn in afwachting van een gerechtelijke uitspraak na hoger beroep. Na een afwijzing kunnen asielzoekers een andere (tweede of volgende) asielaanvraag indienen; bijvoorbeeld wanneer hun situatie is veranderd of omdat er nieuwe informatie beschikbaar is gekomen over hun land van herkomst.
- Toewijzing van huisvesting voor Syriërs die in 2014 aankomen sneller dan voor Eritreeërs - Twaalf maanden na aankomst in een opvangcentrum heeft 70 procent van de Syriërs huisvesting gekregen, tegen 45 procent van de Eritreeërs. Pas na twee jaar is het procentuele aandeel van Syrische en Eritrese asielzoekers die huisvesting hebben gekregen min of meer gelijk.
- Eritreeërs die in 2015 en 2016 aankwamen, blijven door meer gezinsleden korter in opvangcentra - voor de Eritreeërs die in 2015 naar Nederland kwamen, verbeterde de situatie wel: in deze groep had 61 procent na twaalf maanden woonruimte gekregen. Voor het cohort dat in 2016 aankwam, bedroeg dit aandeel 79 procent. Dit komt doordat een aanzienlijk deel van de asielzoekers de afgelopen jaren gezinsleden volgt.
- Afghanen verblijven langer in opvangcentra en vertrekken / keren vaker terug - De eerste asielaanvraag van Afghaanse asielzoekers wordt relatief vaak afgewezen in vergelijking met bijvoorbeeld Syriërs en Eritreeërs. Doordat ze vaak vervolgzaken indienen, is hun verblijf in het opvangcentrum ook langer dan gemiddeld. Ook is een relatief groot deel van de Afghaanse asielzoekers na twaalf maanden vertrokken.
- Na twee jaar komen er nauwelijks gezinsleden aan - Verblijfsvergunningen (mvv's) worden alleen afgegeven aan volgende gezinsleden als de aanvraag door de vergunninghouder wordt ingediend binnen drie maanden na verkrijging van de verblijfsvergunning asiel. Deze mvv's zijn slechts 90 dagen geldig. Alle volgende gezinsleden moeten binnen 90 dagen na de datum van afgifte naar Nederland reizen.

Hieronder worden recente ontwikkelingen beschreven in de huisvesting en inburgering van statushouders en hun volgende gezinsleden en aanvragers van gezinshereniging:

- Aantal afgegeven verblijfsvergunningen is afgenomen - Voor het eerst sinds de start van dit cohortonderzoek zien we een afname van het totaal aantal afgegeven verblijfsvergunningen (vanaf 2017). Onder statushouders vallen in dit onderzoek ook de volgende gezinsleden die een (afgeleide) verblijfsvergunning asiel hebben verkregen.
- Top 5 nationaliteiten is nauwelijks veranderd - Syriërs en Eritreeërs vormen respectievelijk het grootste en op een na grootste aandeel statushouders. Gedurende deze jaren omvatte de top 5 verder Afghaanse en Irakese staatsburgers.
- Onder Eritrese statushouders meer volgezinnen - In 2014 is 27 procent van de verblijfsvergunning asiel afgegeven aan een volgeling. Dit aandeel is in 2017 gestegen naar 49 procent. Vooral onder Eritreeërs is het aandeel van de verblijfsvergunningen afgegeven aan

volgende gezinsleden gestegen (van 4 procent in 2014 naar 66 procent in de eerste helft van 2018).

- Gemiddelde wachttijd voor Eritreeërs het kortst bij gezinshereniging - Syrische en Eritrese gezinsleden krijgen relatief snel een verblijfsvergunning. Door de korte wachttijd voor gezinshereniging is de gemiddelde wachttijd verkort. In het meest recente cohort zijn relatief veel gezinsleden opgenomen, met name onder Eritreeërs.
- Statushouders steeds vaker gevonden in stedelijke gebieden - In het cohort 2014 woonde 51,6 procent na twee maanden in sterk of zeer sterk verstedelijkte gebieden; dit was na 36 maanden gestegen tot 54,3 procent. Ook onder de cohorten van 2015 en 2016 vertoont het niveau van stadsbewoners een lichte stijging.
- Steeds minder alleenstaande statushouders - De daling van het aandeel alleenstaanden onder statushouders is deels het gevolg van de stijgende instroom van volgende gezinsleden. Een andere reden is dat de toewijzing van woningen aan alleenstaande statushouders een probleem vormt voor gemeenten.
- Niet leerplichtige statushouders volgen ook onderwijs - Een groeiend aantal mensen dat in 2014 een verblijfsvergunning asiel heeft gekregen, volgt onderwijs (40 procent in 2018). Zelfs jongeren boven de 18 die niet de leerplichtige leeftijd hebben, zullen geleidelijk aan een opleiding volgen naarmate hun verblijfsduur langer wordt.
- Hogere inschrijving in het mbo, hoger mbo - Veel statushouders die het secundair onderwijs verlaten, stromen door naar het middelbaar beroepsonderwijs (mbo). Vanaf oktober 2018 zat 33 procent van alle statushouders in het onderwijs die in 2014 een verblijfsvergunning asiel kregen ingeschreven in het mbo. De meesten waren ingeschreven op mbo-niveau 1, al neemt het aantal statushouders op niveau 2 geleidelijk toe.
- 30 procent van cohort 2014 heeft geen inburgeringsplicht - 14 procent van alle statushouders in het cohort 2014 heeft het verplichte inburgeringstraject nog niet doorlopen, maar heeft ook (nog) niet de maximale termijn overschreden, bijvoorbeeld omdat ze kregen extra tijd om het af te maken. Nog eens 1 procent van het totale vergunningscohort 2014 heeft het programma niet binnen de gestelde tijd afgemaakt en kreeg daarom een boete.
- 58 procent van het cohort 2014 heeft het basisexamen inburgering behaald - Als we alleen rekening houden met degenen uit het cohort 2014 met een inburgeringsvereiste, dan is in oktober 2018 58 procent geslaagd voor het basisexamen inburgering. Bijna 19 procent heeft een waiver of vrijstelling. Een aandeel van 21 procent is nog niet geslaagd voor het examen, maar heeft wel de tijd gekregen om dat te doen. Twee procent heeft het examen nog niet gehaald en daarmee de maximale inburgeringstermijn overschreden.
- Aandeel werkzame statushouders stijgt gestaag - Van het volledige cohort dat in 2016 een verblijfsvergunning kreeg, is een iets groter aandeel (7 procent) aan het werk vergeleken met het cohort dat in het voorgaande jaar een verblijfsvergunning kreeg (5 procent). Evenzo is het aandeel statushouders met een baan in cohort 2015 iets hoger dan in cohort 2014 (4,5 procent na 18 maanden). In het cohort 2014 is ongeveer een kwart van alle statushouders van 18 tot 64 jaar na 3,5 jaar in dienst. We zien niet alleen een gestaag stijgende arbeidsparticipatie, ook zijn de verschillen in arbeidsparticipatie onder de nationaliteiten kleiner geworden. De meerderheid van de statushouders met een baan zijn deeltijdwerkers (81 procent), terwijl 89 procent een tijdelijk contract heeft.
- Eritreeërs en Syriërs evenveel bijstandsontvangers - 18 maanden na het verkrijgen van de verblijfsvergunning asiel in 2014 heeft 90 procent van alle 18- tot 64-jarigen in deze groepen een bijstandsuitkering. Twee jaar later - in totaal 3,5 jaar na het verkrijgen van een

verblijfsvergunning - is dit aandeel gedaald tot 67 procent met kleinere verschillen tussen de verschillende nationaliteiten.

- Afhankelijkheid van sociale bijstand daalt licht - Na 18 maanden ontving 63 procent van het cohort van 2014 hun primaire inkomen uit een uitkering of pensioen. Na drie jaar is dit aandeel gedaald tot 53 procent. In de meeste gevallen betreft het een bijstandsuitkering (inkomensondersteuning). Hoewel steeds meer statushouders een (deeltijd) baan hebben, leveren deze banen vaak onvoldoende inkomen op. Hierdoor is deze groep nog grotendeels afhankelijk van een bijstandsuitkering
- Bijstandsafhankelijkheid het grootst onder Eritreeërs - Drie jaar na het verkrijgen van hun verblijfsvergunning ontvangt ongeveer 70 procent van de Eritrese statushouders een uitkering of pensioen als belangrijkste bron van inkomsten, terwijl 21 procent een opleiding volgt. Ter vergelijking: van de (relatief kleinere groep) Afghaanse statushouders ontvangt ongeveer 42 procent een bijstandsuitkering en 40 procent volgt na drie jaar onderwijs.
- Hoge bijstandsafhankelijkheid betekent weinig inkomensverschillen - Dit komt doordat de overgrote meerderheid van de statushouders leeft van een bijstandsuitkering, die vaste bedragen zijn, afhankelijk van de gezinssituatie.
- Gezondheidszorg vaker gebruikt, met name onder Eritreeërs - Van alle statushouders in het cohort 2014 van 18 jaar en ouder die eind 2015 niet in de COA-opvang verbleven, had 80 procent zorgkosten; 77 procent raadpleegde daadwerkelijk een huisarts en 23 procent meldde zich alleen bij een huisarts. Een jaar later, in 2016, had bijna 95 procent van de statushouders uit het cohort van 2014 zorgkosten in verband met huisartsbezoek. Het zorggebruik onder Eritrese statushouders was het sterkst gestegen: waar in 2015 67 procent huisarts gerelateerde zorgkosten had, was dit in 2016 90 procent.
- Aandeel jongeren in de jeugdzorg stijgt - Van alle jongeren (21 jaar of jonger) die in 2014 of 2015 een verblijfsvergunning hebben gekregen en niet meer op een COA-opvanglocatie woonden, maakte ongeveer 3,5 procent gebruik van een of andere vorm van jeugdhulp. zorg in 2016. Een jaar later was dit percentage gestegen naar 5 procent. Hiermee wordt bedoeld de zorg aan jongeren en hun ouders bij psychische, psychosociale of gedragsproblemen, een verstandelijke handicap of (gedrags en-) opvoedingsproblemen.
- Nauwelijks verandering in aandeel geregistreerde misdrijfverdachten - Mannelijke statushouders worden (nog) relatief vaker verdachte dan autochtone mannen of mannen met een westerse migratieachtergrond, maar minder dan mannen met een niet-westerse migratieachtergrond.

Enkele feiten over Migrant Entrepreneurship van Nederland

Nederland is een mooi voorbeeld van een kleurrijk land met een sterk multiculturalisme, waar migrantenondernemingen de samenleving verrijken en de mensen de meerwaarde van culturele verschillen waarderen. De opkomst van het migrantenondernemerschap in het algemeen lijkt een gunstig effect te hebben gehad op de economie van Nederland.

De groei van de Nederlandse bevolking is grotendeels afhankelijk van de netto immigratie, terwijl zowel immigratie als emigratie zich op een hoogtepunt bevinden, en sommige sectoren - waaronder de landbouw en de zware industrie - grotendeels afhankelijk zijn van migrerende werknemers.

Migrantenondernemers doen het goed in Nederland. Hun aandeel neemt toe in de startersoverzichten van de Kamer van Koophandel. 14% van de ondernemers is van oorsprong uit een ander land.

Roemenie

De officiële migratiestatistieken voor Roemenië zijn van 2016. Er zijn 7 migranten per 1000 inwoners, wat een gemiddelde waarde is in Europa. Het geschatte aantal is 177.435 immigranten.

Omdat een aanzienlijk deel van de Roemeense bevolking naar West-Europa is geëmigreerd, is er behoefte aan arbeidskrachten, en daarom zetten Roemeense bedrijven personeel uit het buitenland in. Een groot deel van de buitenlandse werknemers komt uit de Europese Unie (87% van de totale immigranten), waardoor Roemenië bovenaan deze statistische categorie staat. Buitenlandse werknemers komen ook van buiten Europa, vooral uit Turkije, China en Vietnam.

Er zijn vluchtelingen en asielzoekers in Roemenië, maar voor hen is Roemenië een doorreisland, slechts een stap op weg naar West-Europa. Sommigen van hen besluiten echter te blijven en de lange weg van integratie en het verkrijgen van een juridische status te bewandelen.

Mannelijke immigranten vertegenwoordigen 60% van de totale immigranten in Roemenië. In Europa is de helft van de migranten jonger dan 28 jaar, wat aangeeft dat het YME-project goed gericht was.

Bron: Eurostat Rapport.

Enkele feiten over Migrant Entrepreneurship van Roemenie

Roemenië kende de hoogste stijging van de emigratie tussen de EU-landen sinds 1990. Tussen 1990 en 2017 registreerde Roemenië de hoogste stijging van het migratievoorraad, met 287 procent. In termen van het aandeel emigranten in de bevolking staat Roemenië echter slechts op de zevende plaats in de EU, met 18,2 procent (OESO). Maar immigrantenondernemerschap in Roemenië wordt een zeer zichtbaar en belangrijk fenomeen. De Roemeense autoriteiten en beleidsmakers concentreren hun inspanningen op een behoorlijk beheer om er de belangrijkste voordelen uit te halen en alle bijbehorende risico's tot een minimum te beperken. De samenwerking met buitenlandse autoriteiten in Roemenië en ook met representatieve organisaties van het buitenlandse zakenklimaat in Roemenië vormt een sterk punt.

De econometrische verwerking van statistische gegevens bracht sterke positieve correlaties en tegelijkertijd evoluties aan het licht tussen het totale aantal actieve ondernemingen, nieuw geregistreerde ondernemingen en immigranten in Roemenië in de afgelopen jaren.

(bron: Dynamics of Immigrant Entrepreneurship)

Immigrantenondernemers uit het Midden-Oosten zijn belangrijke spelers op de Roemeense markt en dragen bij tot de totale toegevoegde waarde van de economie van het land. Hun inspanningen, zakelijke initiatieven, zijn het waard om gepromoot te worden als sterke rolmodellen voor andere immigranten en hun gemeenschappen. Onder de onderzochte immigranten uit het Midden-Oosten zijn zowel vormen van kansen- als noodzaakgedreven ondernemerschap geïdentificeerd. De meest genoemde "push" -factor was de onmogelijkheid om een baan te vinden in het gastland

Italië

Italië is een EU-land dat de afgelopen jaren een hoge mate van immigratie heeft meegemaakt uit EU- en extra-EU-landen, in 2018 bedroeg het immigratiepercentage + 12% (ISTAT). Veel migranten, afkomstig uit verschillende landen, zijn, nadat ze hun staatsburgerschap of verblijfsvergunning hebben gekregen, een bedrijf begonnen in verschillende economische sectoren. Deze tendens in Italië is uitgegroeid tot een wijdverbreid fenomeen dat tegenwoordig van fundamenteel belang is voor het Italiaanse economische systeem en zijn groei. In de afgelopen 10 jaar is het ondernemerschap door migranten met 54% gegroeid, vooral in de afgelopen jaren: 8,8% in 2017. In Italië is Migrant Ondernemerschap fundamenteel geworden voor het economische systeem, aangezien de Italiaanse bedrijven een constante daling doormaken als gevolg van de nasleep van de economische crisis. -werkloosheid; de migrantenondernemingen genereren meer dan 100 miljard euro per jaar en werken samen voor 6,9% aan het Italiaanse BBP. De uitbreiding van het migrantenondernemerschap laat zien dat migratie niet in de eerste plaats wordt veroorzaakt door het arbeidsaanbod dat een land te bieden heeft, maar door een reeks omstandigheden die migranten in gevaar brengen en niet toestaan hun potentieel in hun eigen land te ontwikkelen. Volgens de studies van Unioncamere (de Unie van de Italiaanse Kamers van Koophandel) worden 1 op de 10 bedrijven in Italië gerund door migranten. De landen waar de meeste migrantenondernemers vandaan komen, zijn Marokko, China, Roemenië en Albanië.

De verdeling van migrantenondernemerschap op het Italiaanse schiereiland

Ondernemerschap door migranten is zeer dynamisch en het is een steun geworden voor het economische systeem van het land. De fysieke verdeling van deze activiteiten is niet uniform: de 50,9% van de bedrijven is gevestigd in Noord-Italië, vooral in Lombardije, de rest is gevestigd in Midden-Italië (26,5%), vooral in Toscane, en Zuid-Italië (15,4%). %), vooral Campania. De meeste migrantenbedrijven en -activiteiten bevinden zich in grotere steden zoals Milaan, Rome, Turijn en Napels. Door hun bedrijven in grotere steden te vestigen, trekken de ondernemers meer mensen en klanten aan, wat resulteert in een meer bloeiende en succesvolle onderneming. Ondanks deze tendens heeft een van de laatste onderzoeken van Unioncamere over ondernemerschap door migranten aangetoond hoe migrantenondernemers aanwezig zijn in 95% van de Italiaanse gemeenten.

Economische sectoren en type bedrijven

De door migranten geleide bedrijven zijn actief in verschillende economische sectoren, met name de handel (1 op de 3 bedrijven), de bouwnijverheid (23,4%) en de verwerkende industrie (7,9%). Ondernemerschap door migranten is vrijwel volledig afwezig in de landbouwsector, ook al werken veel migranten actief op dit gebied (niet altijd onder legale omstandigheden). Migrantenondernemers runnen meestal restaurants, kleine supermarkten, kappers enz. Maar zijn ook steeds actiever in de dienstensector, met name tuinieren.

Migrantenbedrijven en activiteiten zijn voor het grootste deel individuele bedrijven (79%) die worden gerund door een gezin. Zelfs als de aanwezigheid van ondernemerschap door migranten in Italië zeer hoog is, nemen deze bedrijven in de meeste gevallen geen Italianen in dienst, maar bestaan ze uit uitsluitend migrantenarbeiders. Het merendeel van de allochtone ondernemers zijn startende ondernemers die voor het eerst met eigen middelen een bedrijf zijn gestart.

Het potentieel van ondernemerschap door migranten

Zoals eerder vermeld, wordt migratie niet alleen veroorzaakt door het gebrek aan werkgelegenheid in de landen van herkomst, maar ook door een reeks complexe oorzaken die mensen uit hun land leiden. Zoals de hierboven gepresenteerde onderzoeken hebben aangetoond, is het ondernemerschap van migranten dynamisch en actief in Italië. Ondernemerschap is essentieel voor migranten omdat het hen in staat stelt beter te integreren in de nieuwe samenleving waarmee ze in contact zijn gekomen. Integratie is geen gemakkelijke taak voor migranten die in de gastlanden met allerlei problemen te maken hebben. Migratie is altijd een van de kenmerken van de mensheid geweest, mensen tussen de verschillende eeuwen zijn constant van land naar land verhuisd om betere kansen te zoeken die ze in hun eigen land niet konden vinden. Italië heeft een belangrijke migratiegeschiedenis, vooral in de 20e eeuw, toen duizenden Italianen hun land verlieten om naar de Verenigde Staten, Australië, Canada, enz. te verhuizen. Vandaag de dag is de EU op basis van de economische en sociale groei en haar gunstige positie de plaats waar verschillende migranten een beter leven krijgen. In de afgelopen decennia zijn duizenden migranten opgevangen, met een blik in 2016/17 vooral door de Syrische oorlog. Veel politieke partijen in de EU, waaronder Italië, die zich zorgen maken over de stijgende percentages immigranten, zijn begonnen met het ontwikkelen van campagnes op basis van angst en economie die nationalisme nieuw leven inblazen. Deze situatie, gecombineerd met de problemen die de economische crisis heeft veroorzaakt, heeft met name de laatste jaren voor een moeilijk klimaat gezorgd voor migranten. Migranten worden niet altijd gemakkelijk geaccepteerd en hun integratieproces is complexer dan voorheen, ook vanwege het trage werk van de Italiaanse bureaucratie, waardoor veel migranten niet actief kunnen zijn in de samenleving vanwege het gebrek aan officiële documentatie en politieke status.

De beste manier van inclusie is door middel van werk, maar in Italië is dit moeilijk en uitdagend gebleken. Zoals het OECD-rapport van International Migration Outlook 2012 aantoonde dat de meeste migranten overgekwalificeerd zijn voor het werk dat ze daadwerkelijk uitvoeren, is dit hier in Italië tot op de dag van vandaag hetzelfde. Het is een Italiaans fenomeen, waarbij migranten micro- en startende bedrijven opzetten, vooral in sectoren waar de Italiaanse beroepsbevolking niet meer wil werken, bijvoorbeeld de landbouwsector, de bouwsector en dienstverlening aan ouderen. Zelfs tijdens het crisisjaar is de opstart van nieuwe bedrijven door migranten in Italië gestegen en er zijn momenteel ongeveer 800.000 bedrijven in heel Italië. Dit bevestigt een goede sociaal-culturele inclusie en toont het vermogen van migranten om onafhankelijk rijkdom te verschaffen en actief bij te dragen aan de samenleving.

Wat heeft een migrant ondernemer nodig om een bedrijf te beginnen?

Migranten uit landen buiten de EU die hun bedrijf willen openen, hebben hiervoor andere vereisten nodig; Ten eerste moeten ze een verblijfsvergunning krijgen in Italië. Deze verblijfsvergunning moet worden omgezet van het oorspronkelijke doel in die voor een zelfstandige. Deze conversie is nodig om een bedrijf of zaak te openen en is gebaseerd op enkele vereisten:

- Beschikbaarheid van de financiële middelen die nodig zijn voor het soort bedrijf dat hij / zij wil openen;
- Voldoen aan de vereisten die vereist zijn door de Italiaanse wet, inclusief de vereisten die nodig zijn om professionele registers aan te vragen;
- Een officiële verklaring hebben van het bevoegde kantoor waarin staat dat de persoon de vereisten heeft om een bedrijf te starten (deze verklaring moet 3 maanden van tevoren worden aangevraagd);
- Beschikken over de benodigde licentie om een bepaald bedrijf te openen;
- Beschikbaarheid van een goede woonruimte;
- Jaarinkomsten hebben (afkomstig van legitieme activiteiten) die het minimum overtreffen dat door de Italiaanse wet wordt beschouwd: in 2019 van 8.500 euro.

De benodigde financiële middelen kunnen ook door een derde partij worden gegarandeerd door middel van alle benodigde officiële documentatie. De Italiaanse regering staat voor elk jaar aanvragen toe van verblijfsvergunningen die kunnen worden omgezet om redenen van zelfstandig ondernemerschap. Voor het jaar 2019 is de quote vastgesteld op 700 transacties.

Factoren die het ondernemerschap van migranten in Italië bevorderen of bemoeilijken

Ondernemen in Italië is niet eenvoudig. De nasleep van de wereldwijde economische crisis heeft nog steeds een grote invloed op het ondernemerschap, wat leidt tot een moeilijke situatie, vooral voor het Italiaanse ondernemerschap. De gegevens die door verschillende onderzoeksinstituten zijn verzameld, laten zien dat ondanks de moeilijkheden het ondernemerschap van migranten niet zozeer wordt beïnvloed door de nasleep van de economische crisis, integendeel, het ondernemerschap van migranten is in feite een sterke realiteit van het Italiaanse economische systeem geworden. Volgens de laatste studies van Censis zijn de ondernemingen die zijn opgericht door en eigendom zijn van migranten 15% van het totaal aanwezig. Terwijl de Italiaanse ondernemingen met 12,2% zijn afgenomen, zijn de migranten met 31,7% gegroeid (van 2010 tot 2018). 81% van de ondernemers zijn uit extra EU afkomstig. De meest indrukwekkende gegevens zijn de leeftijd van deze ondernemers: 71,6% zijn onder de 50 jaar. Ondernemerschap van jonge migranten is een belangrijke realiteit in Italië. De factoren die deze groei hebben bevorderd, zijn talrijk:

Aanleg van bepaalde etnische groepen voor ondernemerschap (bijvoorbeeld burgers uit het midden en verre oosten).

Aanwezigheid van een sterk sociaal en vertrouwd netwerk, dat het creëren van nieuwe werkactiviteiten faciliteert en stimuleert.

Openheid om te leren, in het bijzonder beroepsonderwijs over de creativiteit van migranten.

De factoren die ondernemerschap stimuleren zijn talrijk; ondernemerschap wordt door migranten beschouwd als een effectieve manier om te integreren in de samenleving en als een strategie voor het scheppen van banen, aangezien veel migranten niet gemakkelijk in het Italiaanse werkende systeem komen vanwege een verscheidenheid aan oorzaken, zowel sociaal als economisch. Migranten hebben een sterk gevoel voor ondernemerschap, dat wordt gezien als een manier om autonomie en voldoening te verwerven, de competenties en kennis die ze bezitten te valoriseren en hun economische status te versterken. Uiteraard zijn deze kenmerken niet exclusief voor migranten, ondernemers hebben over het algemeen deze aanleg, maar in Italië lijkt deze meer geaccentueerd te zijn bij mensen met een migrantenachtergrond, ook om verschillende sociale en psychologische redenen. Migranten, vooral degenen die uit landen buiten de EU komen en met een achtergrond van illegale migratie, hebben een belangrijke achtergrond gehad die hen om de een of andere reden ertoe heeft gebracht uit hun oorspronkelijke land te verhuizen. Het algemene idee van migranten in veel landen is tegenwoordig dat van arme mensen, die meestal zonder kwalificatie ontsnappen aan oorlog, marteling, enz. Dit kan in veel gevallen reëel zijn, maar niet voor alle. Migranten worden voor de meerderheid gedwongen hun land te verlaten, ook al hadden ze een economische en vertrouwde stabiliteit; velen van hen waren al begonnen met hun onderneming en hebben een kwalificatie. In het buitenland aankomen, dat steeds meer nationalistisch van aard is, is niet eenvoudig en met ondernemerschap kunnen ze hun waarde, kennis en competenties bewijzen. Toetreden tot de arbeidsmarkt als allochtone ondernemer is moeilijker dan voor autochtone ondernemers. Ze krijgen te maken met meer moeilijkheden en een soort "verdachte" die soms kan escaleren tot echte discriminatie. Maar ondernemerschap is sowieso de beste keuze voor hen, aangezien ondergeschikt werk moeilijker is, niet alleen vanwege de juridische status maar ook vanwege andere factoren, met name de niet-erkenning van hun oorspronkelijke kwalificatie door het gastland en de huidige slechte arbeidsomstandigheden.

Er zijn tal van redenen die de ondernemersgeest bij migranten accentueren, maar er zijn ook factoren die ondernemerschap juist ontmoedigen. In Italië zijn de belangrijkste factoren de complexiteit van het bureaucratische systeem, dat als een van de laatste in de EU wordt beschouwd. Bij het starten van een nieuwe onderneming zijn de benodigde documentatie en tijd enorm, ondernemers moeten van kantoor naar kantoor verhuizen om te krijgen wat ze nodig hebben om een legaal bedrijf te starten dat voldoet aan de wet. Dit proces dat maanden duurt, ontmoedigt ondernemers soms. Een ander belangrijk probleem is het gebrek aan overheidsbeleid ter bevordering van ondernemerschap; in Italië is dit beleid niet voldoende en zorgt het ervoor dat de bedrijven veel belastingen aan het land betalen, wat in veel gevallen leidt tot de sluiting van veel bedrijven die deze last niet kunnen dragen.

Ondanks de constante groei van het ondernemerschap door migranten, verdienen sommige fenomenen de aandacht. Zelfs als ondernemerschap in migrantengemeenschappen inclusie

bevordert, is dit pad voor velen niet gemakkelijk, vooral vanwege het gebrek aan kennis van de nationale taal. Volgens dezelfde studie van Censis die hierboven werd vermeld, worstelt 12% procent van de migrantenondernemers met het Italiaans en kent de 24% alleen de basis van de taal. Dit probleem kan worden toegeschreven aan twee hoofdoorzaken:

Het gebrek aan taalcurssussen voor migranten, vooral in de eerste maanden na hun aankomst. Nadat het asielverzoek van migranten in eerste instantie is geaccepteerd, worden deze ondergebracht in speciaal daarvoor aangewezen structuren. De structuren worden beheerd door verschillende organisaties voor profit en non-profit die taalcurssussen en cursussen voor beroepsopleiding moeten verzorgen. Het gebrek aan middelen leidt tot een vermindering hiervan en dus tot een gebrek aan competenties in het Italiaans;

Relatie van migranten alleen binnen hun etnische groep. Veel migranten hebben niet veel relaties buiten hun etnische groep, en dit leidt tot het gebruik van alleen hun moedertaal. Dit geldt voor alle migrantengroepen en ook voor ondernemers.

De studie laat zien hoe de 45% van hen alleen een relatie heeft binnen hun etnische groep.

Ondernemerschap kan leiden tot een betere inclusie, vooral op economisch vlak, maar niet noodzakelijk op sociaal vlak.

Turkije

Turkije herbergt momenteel zowel een massale toestroom van vluchtelingen uit het naburige Syrië als een stijgend aantal individueel aankomende asielzoekers van andere nationaliteiten, voornamelijk afkomstig uit onder meer Irak, Afghanistan, Iran en Somalië. Deze twee populaties van beschermingszoekers zijn onderworpen aan twee verschillende soorten asielregels en -procedures. Als zodanig heeft het Turkse asielstelsel een dubbele structuur.

In april 2013 heeft Turkije een uitgebreide, door de EU geïnspireerde nieuwe wet inzake vreemdelingen en internationale bescherming (LFIP) aangenomen, die een specifiek wettelijk kader voor asiel in Turkije vaststelt en de verplichtingen van Turkije bevestigt jegens alle personen die internationale bescherming nodig hebben, ongeacht het land van herkomst, op het niveau van bindend nationaal recht. De nieuwe wet creëerde ook een gloednieuw, civiel Directoraat-Generaal of Migratie Management (DGMM) met het mandaat om de leiding te nemen over migratie en asiel. Dit nieuwe agentschap is momenteel nog bezig met het opzetten van een volledig operationeel bevel over de asielaanvraag en het opbouwen van een volwaardig nieuw asielstelsel. Turkije voert een regeling voor "tijdelijke bescherming" in voor vluchtelingen uit Syrië, die de begunstigen recht geeft op legaal verblijf en een zekere mate van toegang tot basisrechten en diensten. De status van "tijdelijke bescherming" wordt op het eerste gezicht, op groepsbasis, verkregen aan Syrische staatsburgers en staatloze Palestijnen afkomstig uit Syrië. DGMM is de verantwoordelijke instantie voor de registratie- en statusbeslissingen in het kader van het regime van "tijdelijke bescherming", dat is gebaseerd op artikel 91 van het LFIP en de

“Tijdelijk Protectie” regime (TPR) van 22 oktober 2014. Anderzijds asielzoekers uit andere landen van herkomst worden geacht een individuele status van “internationale bescherming” aan te vragen onder LFIP en zijn onderworpen aan een statusbepalingsprocedure uitgevoerd door het DGMM. Dat gezegd hebbende, de provinciale DGMM-directoraten zijn nog maar pas volledig operationeel geworden en hebben tot dusver slechts een klein aantal procedure- en statusbeslissingen over aanvragers van “internationale bescherming” gegeven. Terwijl DGMM nog bezig is met het opzetten van de nieuwe nationale asielprocedure op basis van LFIP, vervult UNHCR een sleutelrol in Turkije als een 'complementaire' beschermingsactor en blijft het zelf de vluchtelingenstatusbepaling (RSD) ondernemen, gebaseerd op het mandaat van UNHCR en verwijzingen naar hervestiging - 'in combinatie' met de nieuwe 'internationale beschermings'-procedure van de regering. Dat gezegd hebbende, hebben UNHCR Mandaat RSD-besluiten geen direct bindend effect onder LFIP, dat DGMM stevig vestigt als de enige beslisser in asielaanvragen.

De ervaring van Turkije met zijn opendeurbeleid was toevallig het land waar het grootste aantal vluchtelingen ter wereld werd opgevangen en heeft een leefruimte gecreëerd voor miljoenen Syriërs. Oorlog in Syrië heeft meer vluchtelingen voortgebracht dan enig ander conflict van de afgelopen twintig jaar: ongeveer 4,6 miljoen zijn het land ontvlucht, met nog eens 7,6 miljoen intern ontheemden. Meer dan 3,5 miljoen Syriërs (figuur 1) hebben een toevluchtsoord gevonden in Turkije, waarmee het, het grootste land ter wereld is dat vluchtelingen opvangt.

Turkije blijft het voortouw nemen in de respons op de vluchtelingencrisis in Syrië; De Tijdelijke Beschermingsverordening geeft Syriërs in Turkije toegang tot onderwijs, gezondheidszorg en de arbeidsmarkt. Sinds de lancering in het hele land in november 2016, is het door de EU gefinancierde sociale vangnet voor noodgevallen (ESSN-Emergency Social Safety Net) - of het programma voor sociale cohesie zoals de titel in het Turks vertaalt - geïmplementeerd in samenwerking met het ministerie van Familie en Sociaal Beleid (MoFSP), Rampen en Emergency Management Presidency (AFAD), directoraat-generaal Burgerschap en Bevolkingsaangelegenheden (DGCPA) en directoraat-generaal Migratiebeheer (DGMM), streeft ernaar om in de basisbehoeften van meer dan een miljoen vluchtelingen in het hele land te voorzien door middel van het verstrekken van multifunctioneel, onbepaalde contant geld. In juni 2019 waren er meer dan 3,5 miljoen Syriërs geregistreerd in Turkije, van wie 3 procent in vluchtelingenkampen woonde en 97 procent in stedelijke, voorstedelijke en landelijke gebieden.

Hoewel Turkije sinds 2011 genereus is geweest in het verstrekken van noodhulp aan Syrische vluchtelingen, wordt het nu geconfronteerd met de problemen om hen bepaalde rechten en kansen te bieden die hun integratie in de bredere gemeenschappen zullen vergemakkelijken.

Hoewel Turkije de Syriërs geen officiële vluchtelingenstatus heeft verleend, is in januari 2016 de verordening betreffende de werkvergunning voor vreemdelingen onder tijdelijke bescherming van kracht geworden. Deze verordening stelt Syriërs in staat om zes maanden na hun registratie werkvergunningen aan te vragen bij het Ministerie van Arbeid. Syrische vluchtelingen kunnen nu een werkvergunning krijgen en toegang krijgen tot het beroepsonderwijs en -opleiding. Door de kost te verdienen of een beroepskwalificatie te verwerven, hebben vluchtelingen de mogelijkheid om actieve leden van de Turkse economie te worden in plaats van hulp te blijven ontvangen. Met de snelle groei van de Syrische bevolking in Turkije, werden TSC's ontoereikend.

Sommige Syriërs verbleven aan het begin van de oorlog bij hun familie in Turkije. Naarmate de oorlog duurde, begonnen Syriërs zich echter over heel Turkije te verspreiden. Zoals figuur 4 laat zien, wonen Syriërs meestal in steden nabij de Syrische grens en de grote steden in andere regio's zoals Istanbul, Konya, İzmir en Bursa.

Ondernemerschap door migranten in Turkije

Het aantal door Syriërs geopende bedrijven is bijvoorbeeld tussen 2010 en 2016 40 keer zo groot geworden (Başıhoş, Özpınar en Kulaksız 2015). Deze bedrijven zijn grotendeels samengekomen in regio's dicht bij de grens van Turkije met Syrië en grote steden waar het handelsvolume hoger is.

Hoofdstuk 5 Goede praktijken met betrekking tot YME-onderwijs

In dit hoofdstuk bekijken we elk UNRIT / YME-land afzonderlijk met betrekking tot welke methode het meest geschikt is voor YME-onderwijs?

Vereinigd Koninkrijk

Eerste stappen Sociaal Ondernemerschap

First Steps in Social Enterprise is een Olmec-programma dat wordt geleverd in samenwerking met Metropolitan Migration Foundation RBS, City Bridge Trust en de Young Foundation.

Dit programma richt zich op het voorzien in de behoeften van migranten in een tijd waarin hun aantal is gestegen tot een substantieel deel binnen onze lokale gemeenschappen. Tegenwoordig is een op de drie mensen die in Londen wonen een migrant, terwijl migranten 15% van de bevolking van Nottingham uitmaken. Ten tweede betreft het programma RSL's (Registered Social Landlords) op verschillende niveaus in een tijd van revolutie in de betrokkenheid van RSL's bij sociale ondernemingen. Op landelijke schaal onderzoekt het project Groen Licht¹, ondersteund door meer dan 100 woningcorporaties, de reikwijdte van duurzame ontwikkeling van sociale ondernemingen door woningcorporaties. Het is in het bijzonder gericht op het identificeren van duurzame werkgelegenheidskansen voor jongeren en RSL-bewoners. Tegelijkertijd werkt HACT (the Housing Associations' Charitable Trust) samen met belangrijke financiële sociale ondernemingen om een microfinancieringsprogramma in de woningsector te testen. Op lokaal niveau zijn er veel voorbeelden van RSL's die niet alleen sociale ondernemingen ontwikkelen, maar ook contracten sluiten en samenwerken om hun eigen sociale doelstellingen te bereiken.

First Steps in Social Enterprise (FSISE) is een Olmec-programma voor training en ondersteuning voor aspirant-sociale ondernemers met een door migranten geleide achtergrond. Fase 1 en 3 van het programma zijn in opdracht van Metropolitan Migration Foundation om de capaciteit van door migranten geleide pre-start en early-startende sociale ondernemingen op te bouwen tot het punt waarop ze in staat zijn om handel te testen om hun business model te bewijzen of te weerleggen, voorafgaand aan de volledige start. Fase 3 van het programma werd gefinancierd via het RBS Inspiring Enterprise-programma met vriendelijke steun van Metropolitan. Metropolitan Migration Foundation heeft de Young Foundation opdracht gegeven om het CLIMB-programma te leveren, een intensief ondersteuningsprogramma voor sociale ondernemingen. De twee programma's zijn samen opgeleverd in samenwerking met Metropolitan (Housing). De programma's onderhielden relaties met belangrijke afdelingen binnen de woningbouwvereniging, waaronder de afdelingen gemeenschapsvernieuwing, inkoop en communicatie. De belanghebbenden deelden informatie en promootten het programma als geheel en moedigden kruisverwijzing tussen de aanbieders aan. Het First Steps in Social Enterprise-programma bleek zeer succesvol bij het rekruteren van 31 door migranten geleide

sociale ondernemingen met potentieel levensvatbare zakelijke proposities en het in staat stellen van 17 van hen om het punt van testhandel te bereiken. Dit was veel meer dan het oorspronkelijke doel van 3 tot 5 testhandelaren.

Het project heeft twee hoofddoelstellingen: het ontwikkelen van de capaciteit van migrantengemeenschappen en de vaardigheden van individuen om levensvatbare sociale ondernemingen te runnen en om de toegang voor die ondernemingen tot markten te vergemakkelijken op een manier die de migrantengemeenschappen die in Metropolitan Housing wonen ten goede komt. Centraal in het project stond de noodzaak om het bewustzijn van sociaal ondernemerschap te vergroten onder migrantengemeenschappen, met name degenen die in de Metropolitan woningvoorraad wonen, bij Metropolitan Housing-medewerkers en onder andere belanghebbenden uit de migranten-, vluchtelingen- en de bredere BAMER-sector. De eerste stappen in Social Enterprise-klanten bevinden zich allemaal in een pre-startfase of in een nieuwe startfase van de ontwikkeling van hun sociale ondernemingen. Pre-starts hebben een lokale sociale behoefte opgemerkt en het soort dienst geïdentificeerd dat hier op een innovatieve manier op zou kunnen reageren. Velen komen samen met weinig meer dan het idee. Anderen blinken uit in een bepaald vak of beroep of hebben vaardigheden ontwikkeld die ze willen gebruiken voor gemeenschapsvoordeel. Een typisch profiel van een nieuwe startende deelnemer aan het programma is dat van een sociale onderneming die pas is geregistreerd als CIC of IPS, of als een eenmanszaak die een sociale dimensie aan zijn bedrijf wil ontwikkelen en zich wil registreren. Vaak balanceren deze sociale ondernemers een bestaande baan met de eisen van het oprichten van een nieuwe onderneming. Ze zoeken productontwikkeling en een investering om ze naar de volgende fase te brengen. Een centrale vereiste van het programma is het opzetten van een robuust proces voor capaciteitsopbouw om degenen die toegang hebben tot een markt in staat te stellen handel te drijven, ingebedde werkwijzen voor bedrijfsplanning te ontwikkelen en de volgende stappen in de ontwikkeling van ondernemingen te identificeren.

Bronnen:

A Report on the First Steps in Social Enterprise Program door Olmec Authors; John Mayford en Brian Millington Contributors: Sam Obeng, Malcolm Sheppard, Mei Hui en Bruce Wood.

Youth Business International (YBI)

YBI ondersteunt achtergestelde jonge ondernemers (18-35 jaar) bij het starten, groeien en onderhouden van hun bedrijf - waardoor ze banen kunnen creëren, gemeenschappen kunnen opbouwen en levens kunnen transformeren. Ongeacht waar ze werken, hun focus ligt op jongeren met een levensvatbaar bedrijfsidee, maar zonder toegang tot de ondersteunende structuren die ze nodig hebben om een bedrijf op te zetten en te runnen. YBI werkt samen met bedrijven, overheden, internationale ontwikkelingsagentschappen, liefdadigheidsstichtingen en individuen om te groeien en een effectief en duurzaam netwerk te ontwikkelen dat impact creëert voor achtergestelde jonge ondernemers op wereldschaal. YBI brengt leden en partners

samen met op elkaar afgestemde doelen om snel en op grote schaal verandering te creëren voor jonge ondernemers. Ze doen dit door gebruik te maken van het unieke vermogen van het

netwerk om te leren, te innoveren en de diverse expertise en kennis te delen die hun leden individueel effectief en collectief krachtig maken. <https://www.youthbusiness.org/>

Migrants Empowerment for Change (Me4Change)

Het ME4Change-project creëert, verbetert en zorgt voor een bredere verspreiding van steunregelingen voor jonge migrantenondernemers, met name voor degenen die pas in de EU aankomen, dwz jonge migranten (18-34) die legaal in de EU verblijven en gastlanden zijn gedurende ten minste een jaar om hen te helpen zelfstandige te worden en een succesvolle onderneming op te bouwen (winstgevend of met sociale doelstellingen). Het brengt organisaties samen uit verschillende landen waar migratie een hoogtepunt kent en om samen innovatieve oplossingen te ontwikkelen voor de inclusie van migranten, in het bijzonder voor jongeren (een belangrijk segment wordt vertegenwoordigd door vrouwelijke ondernemers) die bereid zijn een bedrijf te starten / de groei van hun start-ups. Dit wordt gedaan door verschillende ervaringen uit de verschillende deelnemende landen te combineren: enerzijds degenen die al een succesvolle integratie van migranten in het economische en sociale leven doorvoeren (België, Duitsland); aan de andere kant, landen waar het vermogen om voort te bouwen op de expertise en vaardigheden van jonge migranten nog steeds een uitdaging vormt, voornamelijk als gevolg van een piek in de migratiestroom of vertraging in de beleidsvorming (Italië, Finland). Door lokale en EU-beste praktijken in kaart te brengen en te delen, zal het ME4Change-project een game-changer zijn in alle consortiumlanden, en een succescase creëren die op EU-niveau kan worden herhaald. Het doel is om een vitaal ecosysteem te creëren waar jonge migranten hun kansen kunnen benutten, groeien en zakelijke vaardigheden kunnen opbouwen om zich als ondernemer te verbeteren. Dit wordt bereikt door het aanbieden van een krachtig, multidimensionaal opleidingsprogramma, inclusief een innovatief mentorprogramma dat de jonge migrant de kans biedt op een korte "on-the-job" -opleiding door de mentor (een ervaren migrerende ondernemer). Als onderdeel van het mentorprogramma krijgen de jonge migrantenondernemers de kans om te pitchen voor investeerders en relevante belanghebbenden tijdens ad-hoc pitching-evenementen, die een transnationaal karakter zullen hebben.

De algemene doelstelling is het ontwikkelen van een opleidings- en mentorschapsprogramma om het ondernemerschap van jonge migranten te stimuleren, versterken en versterken, waardoor hun kansen om volledig in de samenleving te worden opgenomen worden vergroot. Specifieke doelen:

- de succesfactoren, de uitdagingen en obstakels identificeren die jonge migranten verhinderen een bedrijf te starten;
- het netwerken binnen het consortium en het hele ecosysteem stimuleren door het consortium te koppelen aan andere succesvolle consortia die door de oproep zijn geselecteerd;
- migranten betrekken en rekruteren door een specifiek bewustmakingsplan en specifieke tactische acties op te stellen;
- een vlot, innovatief en effectief opleidings- en mentorprogramma opzetten voor de aangeworven jonge migranten;
- ervaren mentoren op lokaal, regionaal en nationaal niveau in dienst te nemen om ad-hocbegeleiding te bieden en de jonge migranten voor te bereiden op pitch-evenementen als onderdeel van de geleerde lessen.

Bron: <https://ec.europa.eu/docsroom/documents/24461>

Fresh Start

Fresh Start brengt zowel migranten- als ondernemerschapsgemeenschappen samen om een ondersteuningsprogramma voor migrantenondernemers te bieden en om een gemeenschapsgerichte aanpak te creëren waar iedereen van elkaar kan leren. Fresh Start zal

samenwerken met organisaties die jonge migranten ondersteunen om een aangesloten ondersteuningssysteem op te bouwen om ondernemerschap in de gastregio mogelijk te maken. Het activiteitenprogramma zal migranten ondersteunen die een idee hebben dat ze een bedrijf willen worden en migranten die een ondernemersachtergrond hebben of al een bedrijf hebben gestart en ondersteuning nodig hebben om te groeien en hun bedrijf te ontwikkelen. Het programma is ontworpen om voort te bouwen op de sterke punten van de drie universitaire partners en om multidimensionale ondersteuning te bieden aan migrantenondernemers in Londen, Limburg en Maastricht.

De belangrijkste doelstelling van Fresh Start is het ontwikkelen en leveren van een programma ter ondersteuning van 120 jonge migrantenondernemers in 3 EU-staten - het Verenigd Koninkrijk, Nederland en België - waardoor ze de nodige competenties en capaciteiten verwerven voor een ondernemende toekomst.

Het project wil verder gaan dan 'alleen' het bieden van ondersteuning. Het heeft tot doel een replicerbaar en schaalbaar platform te ontwikkelen en te testen voor een ecosysteem van ondersteunende diensten om jonge migranten in staat te stellen hun ondernemersgeest te koesteren. Fresh Start zal toegang bieden tot lokale kennis, netwerken en zakelijke en financiële ondersteuning om jonge migranten te helpen bij het navigeren door het systeem in het gastland en om hen te ondersteunen bij het opstarten van ondernemingen. Het biedt ondersteuning voor de drie dimensies die als beste praktijk zijn geïdentificeerd: * Competenties en vaardigheden divisie - door het bieden van individuele en collectieve zakelijke ondersteuning, juridisch advies enz. * Verstrekking van sociaal kapitaal - door middel van mentorschap en netwerkevenementen. * Tastbare behoeften - door toegang tot betaalbare / gratis werkruimte en verbindingen met de bredere bedrijfs ondersteunende gemeenschap, maar ook door toegang tot financiële diensten.

Bron:<https://ec.europa.eu/docsroom/documents/24461> www.freshstart4eu.com/#!

Naast de hierboven beschreven projecten die specifiek gericht zijn op jonge migranten, is er een breed scala aan diensten voor jonge ondernemers, zoals hieronder beschreven: Startups UK The Prince's Trust Op 21-jarige leeftijd is de Prince's Trust-regeling zelf volwassen geworden. Het biedt financiële hulp en zakelijke ondersteuning in het hele VK (met uitzondering van Schotland, dat een eigen regeling heeft) en richt zich op jongeren die worstelen op school, in zorg zijn geweest, langdurig werkloos zijn of problemen hebben gehad met de wet. Het geld dat wordt aangeboden, komt in de vorm van startleningen van maximaal £ 5.000 tegen 3% per jaar en als onderdeel van de deal krijg je ook hulp van een zakelijke mentor. Om een aanvraag in te dienen, gaat u naar uw lokale kantoor, waar van u wordt verwacht dat u een businessplan opstelt om voor het geld te pitchen. Degenen van 18-30 jaar kunnen zich aanmelden voor het Business Program.

Shell LiveWIRE

Sinds 1982 heeft Shell LiveWIRE het ondernemerschap onder jongeren tussen 16-30 jaar gestimuleerd door het hele jaar door hulp en advies te bieden. Het aanbod aan bedrijfspublicaties en trainingspakketten omvat alle onderwerpen die beginnende ondernemers moeten kennen, van het managen van mensen tot marketing en HR.

Daarnaast zijn er landelijk meer dan 100 coördinatoren die een-op-een advies kunnen geven bij het opstarten. Shell LiveWire verstrekt geen leningen of subsidies, maar heeft ook een

beloningsprogramma waarbij ondernemers strijden om de prijs van £ 10.000 en de titel van jonge ondernemer van het jaar. www.shell-livewire.org

The Big Small Business Initiative. Het is gemakkelijk om de BSBI over het hoofd te zien, maar dit partnerschap zonder winst oogmerk biedt kleine bedrijven in het VK goed advies, ondersteuning en informatie uit verschillende bronnen, waaronder HM Customs & Excise, Inland Revenue en het Patent Office.

Het vereist lidmaatschap, maar op deze manier krijgt u toegang tot gratis zakelijke seminars en adviesdagen, gratis advies, hulp bij boekhouding en assistentie bij een hele reeks onderwerpen. www.bsbi.co.uk

Business Link Waarschijnlijk heeft u wel eens van Business Link gehoord zonder precies te weten wat het doet of hoe het jonge ondernemers zoals u helpt. Beheerd door de Small Business Service - een overheidsinstantie die is opgericht om de zaak van kleine bedrijven te verdedigen - biedt dit nationale netwerk van agentschappen advies, informatie en middelen om u op weg naar succes te helpen.

Voor veel van de succesvolle ondernemers van vandaag was dit hun eerste aanspreekpunt en hoewel er van u wordt verwacht dat u iets bijdraagt aan de kosten van de service die u ontvangt, krijgt u toegang tot deskundige kennis over allerlei soorten kwesties, van e-commerce tot exporteren. www.businesslink.org

Nationaal ondernemingsregister Een van de belangrijkste problemen die u waarschijnlijk zult moeten aanpakken bij het opstarten van een nieuw bedrijf, is het bedenken van een naam voor uw onderneming die nog niet in gebruik is, het registreren en eventuele bijbehorende logo's, handelsmerken en websites.

Het is een ingewikkeld proces, maar het National Business Register kan een grote hulp zijn omdat het alles onder één dak kan bieden en alleen de registratiekosten in rekening brengt. Bovendien helpt het u ook bij het snel, efficiënt en probleemloos opzetten van alle soorten Britse en offshore-bedrijven. www.anewbusiness.co.uk

Young Enterprise UK, opgericht in 1963, organiseert elk jaar een reeks zakelijke onderwijsprogramma's voor meer dan 150.000 jongeren.

Deelnemers doen uit de eerste hand ervaring op met het runnen van een bedrijf via het partnerschap van Young Enterprise met meer dan 2000 bedrijven in het VK. De organisatie streeft ernaar om op jonge leeftijd ondernemersvaardigheden te verbeteren, waardoor jongeren een waardevolle kennismaking met het bedrijfsleven krijgen.

Hoewel de meeste programma's van Young Enterprise op scholen worden uitgevoerd, heeft de organisatie ook een Graduate Programme en voert ze programma's uit voor jongeren onder de 25 jaar in detentiecentra.

Gerund door een leger van 11.500 vrijwilligers, vertrouwt Young Enterprise voor steun op het bedrijfsleven en de overheid. www.young-enterprise.org.uk

Launchpad Een in Londen gevestigde ondernemingsgroep die gratis ondersteuning en advies biedt aan jongeren. Launchpad is bedoeld om jonge mensen te helpen hun ondernemende talenten te ontdekken en te ontwikkelen en organiseert gratis workshops en evenementen; in aanvulling op het gratis een-op-een adviesdiensten.

Iedereen van 14-30 jaar is welkom, of ze nu al een zakelijk idee hebben of niet. www.businesslaunchpad.org

Standpunten van expert over de beste methodes voor YME Educatie

Overzeese immigranten en Schotse repatrianten hebben bijna twee keer zoveel kans om actief een bedrijf te starten of een eigen bedrijf te runnen, vergeleken met Schotse niet-migranten. Dit

is ook het geval voor Schotse en RUK-migranten die 24% en 67% vaker betrokken zijn bij beginnende ondernemersactiviteiten.

Over het algemeen wordt migratie geassocieerd met bekwame, ambitieuze individuen die meer geneigd zijn om zakelijke kansen te ontdekken en nieuwe veelbelovende ondernemingen te starten. Je moet er dus voor zorgen dat de voorziening anders is.

Migrerende ondernemers kunnen internationale grenzen overbruggen terwijl ze worden geconfronteerd met tal van complexiteiten, waaronder verschillende zakelijke contexten, grenzen en transnationale identiteiten en kenmerken (Brinkerhoff 2016), en tegelijkertijd in staat zijn om hun ondernemershulpbronnen te gebruiken die zijn opgedaan door internationaliseringsprocessen (Brinkerhoff 2009; Terjesen en Elam 2009). Als onderdeel van hun schenking van hulpbronnen kunnen ondernemers menselijk kapitaal gebruiken, dat verwijst naar de kenmerken, vaardigheden, competenties en opleiding die individuele schenkingen zijn, evenals sociaal kapitaal, dat verwijst naar de aard van sociale relaties en hoe ze kunnen worden aangesproken voor individuele uitkering (Williams et al. 2017). Menselijk kapitaal en toegang tot netwerken die sociaal kapitaal genereren, zijn belangrijk voor zowel inheemse ondernemers als migranten (Bagwell 2015).

De belangrijkste constructies van menselijk en sociaal kapitaal zullen niet alleen gevolgen hebben voor inheemse ondernemers, maar ook van cruciaal belang voor migrantenondernemers (Bagwell 2015), inclusief degenen die gedwongen worden te migreren. Menselijk kapitaal bestaat uit kenmerken, vaardigheden, competenties, opleiding etc. die onlosmakelijk met het individu zijn verbonden en die een positieve impact op hem / haar hebben (Becker 1975).

Eigenschappen die je als jonge migrerende ondernemer nodig hebt

- Creativiteitsvaardigheden: Creativiteitsvaardigheden zijn het vermogen om dingen anders te zien en oplossingen te bieden waar er hiaten zijn. Probeer opzettelijk iets nieuws om je creativiteit te vergroten. Doe iets dat anderen niet zullen doen.
- Leren door te doen: "Je leert niet lopen door de regels te volgen. Je leert door te doen en door te vallen." - Richard Branson. Er gaat niets boven ervaring in de echte wereld. Of u nu een parttime bedrijf of een fulltime bedrijf runt, u krijgt de kans om uw vaardigheden, zoals bedrijfsplanning, onderhandelen, verkoop en marketing, uit te breiden.

"Je leert niet lopen door de regels te volgen. Je leert door te doen en door te vallen. "

Richard Branson.

- Bouw doorzettingsvermogen op, creëer een doel of uitdaging die zinvol is en geef jezelf niet de tijd om te stoppen
- Inzicht in basisfinanciering is essentieel bij het runnen van uw eigen bedrijf
- Communicatieve vaardigheden
- Financiering ophalen
- Netwerkvaardigheden
- Voorbereiding en organisatievaardigheden
- Taalvaardigheid

Een suggestie is tweeledig onderwijs voor migrantenondernemers

- 1) een cursus voor beginners die zich richt op migranten die nadenken over het openen van een bedrijf, en
- 2) degenen die al een specifiek idee in gedachten hebben en degenen die eerdere ervaring hebben met het runnen van een eigen bedrijf, maar die om verschillende redenen nu niet in ondernemerschap zijn.

De business training voor beginners omvat vier modules. Om een balans te vinden tussen de verstrekte informatie en de toepassing ervan in het echte leven, duurt elke module in de beginnerscursus ongeveer vier weken. De vier modules kunnen zijn: - zakelijke omgeving (lokaal / nationaal / Europees / internationaal); - hoe u een bedrijf opzet; - dagelijkse werking van het bedrijf, en - groeistrategie.

De tweede cursus moet een cursus voor gevorderden zijn voor migranten die een bedrijf hebben maar dit verder willen ontwikkelen. De cursus voor gevorderden biedt de eerste en de laatste module van de beginnerscursus, maar deelnemers kunnen vrijwillig deelnemen aan sessies van de andere twee modules. Er wordt rekening gehouden met het feit dat de gevorderde cursusdeelnemers niet al te veel beschikbaarheid hebben gezien hun werkverplichtingen, daarom worden de modules voor de gevorderde cursus elk over acht weken verdeeld.

De overkoepelende onderwerpen zijn hoe iemands persoonlijke middelen het beste kunnen worden gemobiliseerd (zoals vaardigheden, kennis of besparingen) en hoe je financiële geletterdheid kunt verbeteren, samen met informatie over verschillende vormen van financiële hulp. Door gebruik te maken van praktische oefeningen en opdrachten die thuis ontwikkeld worden, verwerven en ontwikkelen de deelnemers hun managementvaardigheden. Door middel van praktische oefeningen moeten de deelnemers ook leren omgaan met stressvolle situaties.

SME's zouden een belangrijke rol kunnen spelen, hetzij door het volgen van ondernemers, hetzij door een werkstage plaats voor aspirant-ondernemers zijn een eenvoudige methode om jonge migranten voor te bereiden op ondernemerschap. Veel werknemers in nieuwe migrantenbedrijven gebruiken hun baan om de ervaring en vaardigheden op te doen die nodig zijn om voor zichzelf een bedrijf op te zetten. Lokale onderzoeken die werden beoordeeld, brachten binnen veel bedrijven niet-erkend menselijk kapitaal aan het licht. Werknemers verhoogden hun formele kwalificaties vaak met de concrete ervaring van het helpen runnen van een kleine onderneming. Het doel voor velen was om op eigen kracht uit te gaan als ze eenmaal de nodige vaardigheden, ervaring en middelen hadden verworven

Zakelijke netwerken kunnen ook een goede leerkracht zijn: netwerken van immigrantenbedrijven integreren met openbare en particuliere ondersteuningsprogramma's voor bedrijven. Immigrant ondernemers werken samen met netwerken van medemigranten en etnische minderheden. Deze netwerken zijn zelf niet goed geïntegreerd met de publiek gefinancierde steun die beschikbaar is in het Schotse ondernemersecosysteem. Verder blijken allochtone ondernemers zich niet bewust te zijn van de beschikbare bedrijfssteuning, of terughoudend om ermee om te gaan, vanwege twijfels op basis van negatieve ervaringen uit het verleden of ongelukkige misvattingen. Zo houdt de ondernemende levendigheid in een vroeg stadium niet op bij gevestigde bedrijven en wordt het exportpotentieel niet geoptimaliseerd.

Als we jonge migrantenondernemers opleiden, is het belangrijk dat we het volgende opnemen:

- Bestaande ervaring met etnische en jonge migranten uit minderheidsgroepen
- Bevordering van positieve beelden van asielzoekers- en vluchtelinglerlingen
- Het vaststellen van duidelijke indicatoren voor een succesvolle integratie
- Een ethos van inclusie en het vieren van diversiteit.

Het ondernemerschap 2020 Actie Plan & Ondernemerschap Educatie:

A 'Guide for Educators', heeft tot doel het aanbieden en beoordelen van sleutelcompetenties, incl. basisvaardigheden en transversale vaardigheden, met name ondernemerschap, talen en digitale vaardigheden.

De training dient in (vier) modules te worden verdeeld.

1) In de eerste module ontvangen deelnemers inleidende informatie over de zakelijke omgeving in het algemeen, in het gastland en in elke sector, zoals wetten, voorschriften, vergunningvereisten, zakelijke etiquette of onder andere verschillen tussen verschillende culturen.

2) Het tweede deel moet gericht zijn op het ontwikkelen van een levensvatbaar bedrijfsidee om een bedrijf op te zetten, dit vereist meer praktische informatie over specifieke bedrijfssectoren (die relevant zijn voor deelnemers), het gaat in op de benodigdheden om een bedrijf te openen (licenties, vergunningen, registratie), benodigde financiering, marketing, etc.

3) De derde module draait om de dagelijkse gang van zaken in een bedrijf, zoals belastingen, het aanvullen van schappen (indien relevant), het kopen van benodigdheden, het sluiten van de kassa, gezondheids- en veiligheidsvoorschriften en andere.

4) De laatste sectie is gericht op het verder ontwikkelen van het bedrijf, inclusief de ontwikkeling van aanvullende vaardigheden (zoals uitgebreide advertentiestrategieën) en groeistrategieën.

Nederland

Net als veel andere Europese landen bestaat er in Nederland geen nationale onderwijsstrategie als het gaat om het aanleren van ondernemersvaardigheden. Dit is misschien verrassend, want Nederlanders staan bekend om hun onderzoek en ontwikkeling, innovatie en ondernemersgeest. Het lijkt erop dat deze ondernemersgeest al behoorlijk ingebed zit in de Nederlandse cultuur. Aan welke eisen moet worden voldaan om een bedrijf in Nederland te starten, worden ondersteund door speciale instanties zoals de Kamer van Koophandel, Dutch Centers of Entrepreneurship (DutchCE) en ondersteuningssystemen voor start-ups gerelateerd aan (werkloos) werk, aangesloten op het Nederlandse Welzijn naar Werk systeem (via aanbieders als Werkplein, UWV (Uitkering Uitkering) en gemeenten (verstrekker van de uitkering, ook voor het opstarten van een 'nulmanszaak') ... (bron: <http://transnationalbusinessgroups.eu/tbg/wp-content/uploads/2016/11/English-02-A1-Dutch-Education-and-Entrepreneurship.pdf>)

Ondernemerschap Module

De Nederlandse overheid heeft de afgelopen jaren samen met werkgevers- en werknemersorganisaties verschillende initiatieven ontwikkeld om ondernemerschap in het onderwijs te helpen integreren. Een van deze initiatieven was de Ondernemerschap Module die in aanmerking komt voor Certificatie in het middelbaar beroepsonderwijs. Het initiatief maakte deel uit van het Nederlandse Nationaal Actieplan 2011-2013 en was gebaseerd op de eerste drie jaar van bestaan. Het Expertisecentrum Beroepsonderwijs, Opleiding en Arbeidsmarkt voor de Handelsector (KCH) ontwikkelde de module samen met stakeholders. De module is erop gericht

om studenten in staat te stellen zelfstandige of freelancer te worden en ontwikkelt een ondernemersmentaliteit.

De doelstellingen van de Ondernemerschap Module die in aanmerking komt voor certificering zijn om VET-studenten (dus ook VET-migrantenstudenten) in alle sectoren te ondersteunen bij het verwerven van de nodige competenties om zelfstandige te worden en het ontwikkelen van een ondernemersmentaliteit om meer inzetbaar te worden. De module Ondernemerschap wordt gegeven in onderwijsinstellingen die hoger middelbaar beroepsonderwijs verzorgen.

De module ondersteunt de ontwikkeling van zeven competenties die attributen tot stand brengen zoals individuele verantwoordelijkheid, innovatief vermogen, effectief werk, sociale vaardigheden en een commerciële mentaliteit. De Ondernemerschap Module bestaat uit zeven werkprocessen. Deze processen beschrijven het basispakket ondernemerschap dat een zelfstandig startende ondernemer - veelal zonder personeel - nodig heeft om zijn / haar bedrijf op gang te krijgen. De eerste drie werkprocessen hebben betrekking op het opstellen van een businessplan en de eerste stappen van de ondernemer om het bedrijf daadwerkelijk te starten. De rest van de processen hebben betrekking op het onderhouden en ontwikkelen van het bedrijf als het eenmaal is gestart.

De module Ondernemerschap omvat de volgende processen:

- Bepalen hoe het bedrijf er in de toekomst uit zal zien
- Vormgeven van de bedrijfsvorm
- Regulering van de financiële aspecten van het starten van een bedrijf
- Bewaken van de financiële positie van de onderneming
- Positioneren en / of innoveren van het bedrijf
- Koopt producten en / of diensten voor het bedrijf
- Het verwerven van opdrachten / klanten, het opstellen van offertes en / of onderhandelingen

Tijdens deze processen is het voor de ondernemer essentieel om 'grip' te hebben op de business: controle over de cijfers, in contact blijven met afnemers en klanten, en altijd nadenken over hoe het bedrijf verbeteren.

Bron: Nadere informatie in het Nederlands: Website: <http://www.ce-ondernemerschap.nl/docenten/ce-ondernemerschap-international/toolkit-en>

Pilot Eigen Baas

Rotterdam werkt samen met Qredits Microfinance en Vluchtelingenwerk aan de pilot "Eigen Baas" Migrantenschool. Hoofddoel is het stimuleren van migranten - niet alleen statushouders - met een ondernemersachtergrond om een eigen bedrijf te starten in Nederland. Met behulp van het "Eigen Baas" Migrantenprogramma leren ze tijdens trainingen wat een goed businessplan precies inhoudt en pitchen ze uiteindelijk hun businessidee voor banken, coaches, ondernemers en Qredits Microfinance Nederland. Daarnaast legt het programma de nadruk op het effectief inzetten van marktonderzoek, sterkte-zwakteanalyse, sociale media en financiering.

Startups zonder grenzen

Startups without borders brengt de meest ambitieuze vluchtelingen- en migrantenondernemers in contact met middelen om hun bedrijf te laten groeien, terwijl het investeerders een toegangspoort biedt voor onder de radar gevestigde startups met een ontwrichtend potentieel. Startups without borders biedt ondersteuning, training en connecties aan migranten- en vluchtelingondernemers om hun bedrijf op te bouwen.

Migrant INC

Haar missie is het ondersteunen van statushouders met ondernemersambitie bij het opzetten en realiseren van een bedrijf. Migrant INC draagt bij aan de zelfstandigheid van statushouders door degenen die willen en kunnen deelnemen als ondernemer in en bijdragen aan de Nederlandse samenleving. Op deze manier wil Migrant INC ook bijdragen aan een positief imago van vluchtelingen.

Proces van uitvoering:

Stap 1 (Bedrijfsplan)

Migrant INC werft kandidaten, onder meer via de gemeente Den Haag, Vluchtelingenwerk Nederland, via evenementen en uit het eigen netwerk. De kandidaten hebben een idee en de ambitie om een bedrijf te starten.

Stap 2 (Conversatie & 1ste selectie)

Migrant INC maakt afspraken voor een intakegesprek. De selectie van kandidaten is gebaseerd op een puntensysteem. Alle kandidaten worden afgestemd met de gemeente Den Haag.

Stap 3 (Training, 2de selectie)

Kandidaten worden uitgenodigd voor een Business Model Canvas Training. Na deze opleiding volgt een 2e selectie, onder meer op basis van ondernemerskenmerken en motivatie. De geselecteerde kandidaten zijn gekoppeld aan mentoren. De mentoren krijgen ook training aangeboden (inleiding en intercultureel).

Stap 4 (Eigen baas)

Trainingsprogramma Eigen Baas, een training van 10 weken ontwikkeld door Qredits en geschikt gemaakt voor statushouders door Migrant INC. De training wordt aangeboden in het Nederlands (met een online mogelijkheid in het Engels).

Stap 5 (Bedrijfsplan schrijven)

Het schrijven van het businessplan wordt begeleid door de mentoren, met aandacht voor wetgeving, een marktonderzoek, bedrijfsruimte, financieringsmogelijkheden, fiscaliteit en administratie, rechtsvorm etc.

Stap 6 (Mogelijke geldschieters)

Ondersteunen van de aspirant-ondernemers bij de investeringsplanning door Migrant INC, met aandacht voor diverse financieringsbronnen en voorzieningen (o.a. BBZ, Crowdfunding, eigen vermogen, Fonds1818 etc.).

Stap 7 (Je eigen bedrijf beginnen)

Aandacht voor het continueren van ondersteuning en begeleiding, maar ook voor het optimaliseren van activiteiten.

DELITELABS

Een pre-start-up school genaamd DELITELABS in Amsterdam heeft een programma gelanceerd voor vluchtelingen in Nederland. Het is de eerste in zijn soort en is momenteel op zoek naar pro-bono ondernemende docenten om een groep vluchtelingenvaardigheden te leren om hun eigen bedrijf te openen. DELITELABS is een non-profitorganisatie die vluchtelingen, lokale bewoners en recente migranten ondernemersondersteuning biedt door middel van opleiding, begeleiding en incubatie van veelbelovende startups.

Enkele opmerkingen van experts over de programma's:

Er gebeurt te weinig om drempels te doorbreken die de statushouder op zijn route tegenkomt om uit de assistentie te geraken. Daarnaast is er in veel gevallen een mismatch tussen de vraag van statushouders en het aanbod ter ondersteuning van hun ondernemerschap.

De factoren voor succes zijn moeilijk te organiseren. Maatwerk is noodzakelijk. Het ondersteunen van initiatieven met minder nadruk op uitgewerkte businessplannen en meer nadruk op het direct doen - de zogenaamde "lean startups" - sluiten beter aan bij de energie en drijfveren van startende ondernemers. Dit geldt in mindere mate voor de participatieprogramma's die vaak door gemeenten worden aangeboden, waar vaak sprake is van een vrij goed omschreven programma dat minder gericht is op de individuele vragen en behoeften van de statushouder. Echte winst is dus te behalen als er meer wordt samengewerkt tussen gemeenten en lean startups; zo komen ze tot goede wedstrijden.

- Een divers netwerk, bestaande uit gewillige supporters en een of meer sponsors, is bijna altijd cruciaal om succes te kunnen verklaren. Zo waren meerdere bedrijven van statushouders voor hun startkapitaal afhankelijk van een lening van een Nederlandse kennis. Inzetten op het uitbreiden van dit netwerk is daarom van groot belang. Ook helpt het startende ondernemers als gemeenten flexibeler omgaan met vluchtelingen die op basis van hulp een eigen bedrijf beginnen. Financiële out-of-the-box oplossingen, zoals parttime ondernemerschap of een kleine gift, kunnen in de opstartfase een groot verschil maken. '
- Enkele onderzoeksresultaten over de mogelijke oorzaken van barrières en van de mismatch tussen vraag van statushouders en aanbod in de ondersteuningsrichting ondernemerschap worden hieronder opgesomd.
- Bekendheid met ondersteuning vormt geen belemmering.
- Uit het onderzoek blijkt dat ondersteunende initiatieven voldoende bekend zijn bij ondernemende statushouders. Hetzelfde geldt voor financieringsmogelijkheden.
- Succesfactoren zijn moeilijk te organiseren.
- Succesverhalen worden verklaard vanuit "ondernemersvaardigheden"; een combinatie van motivatie, ervaring, karakter, talent en competenties. Dat maakt succes moeilijk voorspelbaar en een generieke aanpak moeilijk uitvoerbaar.
- Het opbouwen van een netwerk en één of meerdere sponsors is essentieel.
- De rode draad bij het verklaren van succes is, naast het hebben van 'ondernemersvaardigheden', een netwerk dat de startende ondernemer begeleidt. Binnen dat netwerk hebben één of enkele sponsors een belangrijke verklaring voor het succes. Alle initiatieven die bijdragen aan het opbouwen of uitbreiden van het netwerk, hebben dus hun waarde.
- Maatwerk is nodig, maar ontbreekt vaak.
- De doelgroep van statushouders met een zakelijke behoefte is heterogeen. Hierdoor zijn de wensen om ondernemer te worden ook altijd anders en zijn ondersteuningsbehoeften divers. Deze diverse doelgroep vraagt dan ook om maatwerk en flexibiliteit in de ondersteuning richting ondernemerschap, waarbij de wensen en mogelijkheden van de statushouder centraal staan.
- Ondanks dat de meeste initiatieven aangeven dat maatwerk belangrijk is, heeft een groot deel van de ondersteuning een generiek of klassikaal karakter. Dat brengt een aantal nadelen met zich mee, namelijk dat een deel van de ondersteuning weinig praktisch nut heeft of dat voor een specifieke ondernemer relevante onderwerpen niet worden geraakt.
- Voordeel is dat de statushouder een netwerk opbouwt dat vaak cruciaal is voor het succes van een bedrijf, kennis maakt met het Nederlandse systeem en regelgeving en zijn Nederlands verbetert.
- De match tussen vraag en aanbod is vaak aanbodgericht.

- Over het algemeen wordt uitgegaan van het bod van de initiatiefnemer; deze heeft een bepaald aantal deelnemers nodig om een initiatief te starten. Elk initiatief heeft zijn eigen toelatingscriteria. De vraag van de startende ondernemer is niet leidend voor wie ze gaan begeleiden.
- Er is geen samenhang in het ondersteuningsaanbod. Hoe divers de doelgroep ook is, het draagvlak voor de doelgroep. Door de manier waarop het ondersteuningsaanbod wordt gefinancierd, is het winstgevender gericht op hun eigen unieke aanpak en is het nodig om succesverhalen te hebben. Dat belemmert de samenwerking tussen initiatieven, terwijl die elkaar vaak goed kunnen aanvullen. Initiatieven van 'gewone' ondernemersplatforms zouden ook een welkome aanvulling kunnen zijn, ook gezien de behoefte aan sponsors uit het bedrijfsleven. Er zijn echter weinig initiatieven van deze platforms.
- Gemeenten hebben geen duidelijke aanpak en doelgroep benadering. In bijna alle gevallen speelt de gemeente een sleutelrol in de opstart (afwegingsfase) en keuzefase) van een nieuw bedrijf vanuit de begeleiding¹⁹.
- Gemeenten zijn voor statushouders een eerste aanspreekpunt en essentiële poortwachter voor verschillende ondersteuningsmogelijkheden voor statushouders vanuit hun bijstandspositie. De wijze waarop een gemeente haar rol als poortwachter vervult, heeft grote invloed op de slaagkans van een statushouder als ondernemer.
- Het hangt af van de locatie van de statushouder of en hoe gemakkelijk hij toegang kan krijgen tot ondersteuning en welke ondersteuning dit dan. De ene gemeente is vanaf de Bbz ook aanzienlijk 'handiger' te gebruiken dan de andere. Over het algemeen blijkt de toepassing van de Bbz echter ingewikkeld.
- Ondernemende initiatieven sluiten meer aan bij ambitie en drijven ondernemers
- De 'Lean Startups' passen beter bij de energie en drive van startende ondernemers dan de participatieprocessen. Veel initiatieven zien de gemeente als een blokkade voor het ondernemerschap van de statushouder omdat na afronding van het traject goedkeuring van een ondernemingsplan door de gemeente nodig is om tot een Bbz-regeling te worden toegelaten. Voor statushouders geldt dat de systeemwereld van de gemeente ingewikkeld is en wordt afgeleid van hun wens om als ondernemer te starten. Door dit verschil in uitgangspunt wordt communicatie tussen initiatieven en gemeenten soms ons-zij-verhaal, wat een goede samenwerking in de weg kan staan.

Standpunten van experts over de beste methodes voor YME Educatie

Aanbevelingen in één oogopslag:

- Besteed meer aandacht aan de intake om een goede match te maken
- Het delen van informatie
- Identificeer initiatieven
- Investeer in betere samenwerking tussen gemeente en initiatieven
- Organiseer een ketenbenadering ter ondersteuning van ondernemende statushouders
- Werk aan (financiële) out-of-the-box oplossingen

Is er een (on) migrantenvoordeel voor succes? Het onderstaande is afkomstig van experts en succesvolle migrantenondernemers in Nederland:

1. Ontwikkel de mentaliteit van veerkracht en vindingrijkheid gecombineerd met een honger naar succes.

Migrant-ondernemer Safi vertelde me: "Het zit allemaal in ons hoofd! We begrijpen dat er niets op zilveren schalen aan ons zal worden overhandigd. Elke overwinning vereist zweet en tranen." Deze mentaliteit is een uitvloeisel van de omgevingen waar ze vandaan kwamen. Hij gelooft dat de omgeving waarin hij is opgegroeid heeft bijgedragen aan het creëren van zijn verlangen naar zelfbehoud en het voeden van een honger naar succes.

2. Zorg voor en gebruik een ondersteuningssysteem.

Het idee dat niemand alleen slaagt, geldt vooral voor immigranten. De leidinggevenden van migrerende ondernemers met wie we spraken, noemden de rol van ouders, de gemeenschap en zelfs vrienden met een gemeenschappelijk belang als bijdrage aan hun succes. De aanwezigheid en invloed van ouders is niet het enige type ondersteuningssysteem dat kan bijdragen aan succes. Chavlovky had het geluk om op de universiteit twee andere transplantaties uit Tsjechië te vinden. Ze deelden een passie voor kennis en ondernemersgeest die hen aanmoedigden om voor zichzelf te beginnen. Chavlovky zegt: "Zonder netwerken om op te vertrouwen, hebben mijn partners en ik onze eigen vanaf nul opgebouwd. Dat heeft ons getraind om selectief te zijn met onze relaties en koste wat het kost onze reputatie te bewaken. "

3. Ontwikkel een passie voor kennis.

Chavlovky vatte het sentiment van al deze succesvolle immigranten op: "Hoewel we al onze materiële bezittingen achterlieten, kon niemand de opleiding van mijn ouders en de passie voor kennis afnemen."

Safi is vanuit Iran naar Nederland gekomen omdat hij begreep dat een goede opleiding hem en zijn gezin de beste kansen bood. Er is veel geschreven over de afnemende waarde van een hbo-opleiding. Uiteindelijk beschouwt elk van de succesvolle individuen met wie we spraken, opleidingsniveau als slechts een weergave van de bredere passie voor kennis die wordt belichaamd door succesvolle individuen.

Bartosz vatte het samen: "Er komt geen einde aan onderwijs. Het is niet dat je een boek leest, een examen haalt en afmaakt met onderwijs. Het hele leven, vanaf het moment dat je wordt geboren tot het moment dat je sterft, is een leerproces. "

4. Zie en begrijp problemen op een dieper niveau. Zoek of bouw een bedrijf waarmee u ze kunt oplossen.

Voor het genereren van nieuwe ideeën, het herkennen van voorheen onzichtbare problemen en het overwinnen van uitdagingen met unieke oplossingen, is creativiteit nodig om problemen op een dieper niveau te zien en te begrijpen. Het is aangetoond dat studeren in het buitenland voor zelfs maar één semester de creativiteit van studenten verhoogt. Stel je de voordelen voor van je aanpassen aan en leven in een geheel nieuwe cultuur?

5. Streef naar verandering.

De keuze om naar een nieuw land te emigreren is een bewust streven naar verandering. Voor velen kan het een kwestie van overleven zijn.

"Angst is een geweldige motivator. Immigranten weten waarvoor ze op de vlucht zijn, en dat drijft hen om ervoor te zorgen dat hun nieuwe leven niet overeenkomt met hun oude omstandigheden. "

Safi

Eenmaal in een nieuw land blijft elk aspect van het leven van de immigrant veranderen en dwingt het hen om meer ruimdenkend en flexibel te zijn.

"Immigranten moeten ongelooflijk hard werken om zich aan te passen aan een nieuwe cultuur en manier van leven. Ze moeten vaak harder werken en meer leren dan hun inlandse tegenhanger vanwege taal-, culturele en maatschappelijke barrières. Een immigrant kent een goede kans als hij of zij er een ziet; dat is hoe ze hier in de eerste plaats zijn gekomen. "

Chavlovky

Roemenië

Immigranten kunnen volgens de wet bedrijfsleider zijn, een opleiding volgen, in dienst worden genomen (na het behalen van de blauwe kaart), als vrijwilliger werken of een langdurige medische behandeling krijgen.

Volgens de wet (Regeringsverordening nr. 44/2004) beoogt de sociale integratie van migranten die een vorm van bescherming in Roemenië hebben verkregen, sociale marginalisatie en aanpassing aan de omstandigheden van de Roemeense samenleving te voorkomen. Naast andere overheidsinstanties die bij het integratieproces betrokken zijn, handelt de Algemene Inspectie voor Vreemdelingenzaken (binnen het ministerie van Binnenlandse Zaken) rechtstreeks met migranten.

De algemene doelstellingen van het beleid voor de integratie van migranten die een vorm van bescherming in Roemenië hebben verkregen, zijn hen te helpen zichzelf te onderhouden, onafhankelijk te worden van staatssteun of niet-gouvernementele organisaties en actief deel te nemen aan het economische, sociale en culturele leven

Bron: <http://igi.mai.gov.ro/ro/content/programul-de-integrare>

Het inburgeringsprogramma biedt:

- Huisvesting, op verzoek, IGI-centra voor de periode dat u bent ingeschreven voor het inburgeringstraject (tot 12 maanden). Om van deze service te kunnen profiteren, moet u een maandelijkse bijdrage betalen die de kosten van nutsvoorzieningen vertegenwoordigt. Volgens regeringsverordening 44/2004 zijn de kwetsbare personen vrijgesteld van de betaling van nutsvoorzieningen.
- Roemeense taalcursussen gedurende de periode dat u staat ingeschreven voor het inburgeringsprogramma (tot 12 maanden);
- Sessies van culturele accommodatie;
- het gedurende twee maanden verstrekken van een bedrag gelijk aan de materiële hulp aan asielzoekers;
- Sociale begeleiding die toegang omvat tot de rechten die u in Roemenië hebt: het recht op werk, het recht op huisvesting, het recht op gezondheidszorg en sociale zorg, sociale zekerheid, het recht op onderwijs.
- Counseling en psychologische ondersteuning;
- Roemeense taalcursussen georganiseerd met de steun van schoolinspecties;
- Materiële steun voor een bedrag van 540 lei / persoon voor een periode van maximaal 12 maanden, op voorwaarde van deelname aan deze activiteiten en aan het inburgeringstraject en in het specifieke individuele inburgeringsplan.

- Na afronding van het programma kun je financiële ondersteuning aanvragen om huisvesting buiten het centrum te betalen tot 50% van de huisvestingskosten voor een periode van een jaar. Zoals te zien is, behandelt het integratieprogramma van de overheid de basisaspecten van de integratie van migranten, maar richt het zich niet op kwesties als loopbaanontwikkeling of bedrijfsontwikkeling.

International Organization for Migration (Romanian Bureau) heeft verschillende programma's, zoals bijvoorbeeld [<https://oim.ro/en/what-we-do/programs>]:

- ADMIN4ALL - Ondersteuning van sociale inclusie van kwetsbare migranten in Europa is een initiatief gericht op het vergroten van de capaciteit van lokale autoriteiten om duurzame strategieën te ontwikkelen voor de sociale en economische integratie van kwetsbare migranten.
- REACT_RO - leermiddelen voor migrantenoriëntatie en Roemeense taalcursussen in Roemenië
- LINK-IT - Koppeling van steun vóór vertrek en na aankomst om de sociaaleconomische integratie van her-vestigde vluchtelingen in de EU te vergemakkelijken
- STARRT - Overdrachts- en hulpdiensten voor vluchtelingen die vanuit Turkije zijn geherhuisvest.

Generația Tânără Romania (Young Generation Romania) is een ngo die actief is in vele richtingen, inclusief de problemen van vluchtelingen. De organisatie is een partnerschap aangegaan met UNHCR sinds 2005 en was betrokken bij het nooddoorgangscentrum voor migranten van Timișoara. [<http://www.generatietanara.ro>]

De missie van ARCA (Romanian Forum for Refugees and Migrants) is het ondersteunen van de verwezenlijking van het potentieel van elke persoon die vluchteling is, migreert of repatrieert in Roemenië en om hun integratie in de Roemeense samenleving te vergemakkelijken. Deze organisatie biedt verschillende diensten aan voor migranten (monitoring, hulp bij tewerkstelling, beheer van informatie uit het land van herkomst enz.). De organisatie heeft verschillende projecten, zoals: Het imago van onderdanen van derde landen in Roemenië promoten en effectieve oplossingen voor hun integratie in de Roemeense samenleving (dit project omvat activiteiten voor het onderwijzen van Roemeense taal en professionele vaardigheden). [<http://www.arca.org.ro>]

Nationale Vluchtelingenwerk is een ngo die verschillende diensten aanbiedt aan vluchtelingen zoals: juridische bijstand (ook voor degenen die door de rechter gedwongen worden terug te keren naar het land van herkomst), facilitering van integratie enz. Deze organisatie heeft programma's zoals [<http://www.cnrr.ro>]:

- Integratie van vluchtelingen in Roemenië (ondersteuning van begunstigen van internationale bescherming op hun weg naar integratie in de Roemeense samenleving);
- Opleiding voor autoriteiten (door versterking van de capaciteit van de autoriteiten om asielkwesties te beheren door op nationaal niveau unitaire praktijken te ontwikkelen met

betrekking tot de beoordeling van asielaanvragen, op basis van nationale en Europese wetgeving). De Jesuit Refugee Service heeft een actieve vestiging in Roemenië. Diensten van de organisatie: belangenbehartiging; overleg plegen; culturele evenementen; lobby; het verwerven van donaties; public relations / campagnes; Onderzoek; seminars / workshops; sensibilisatie; sociale bijstand en opleiding. Ze zijn aanwezig in alle opvangcentra in Roemenië [<https://jrsromania.org>].

De Oecumenische Vereniging van Kerken uit Roemenië (AIDROM) helpt de migranten in Roemenië door middel van sociale begeleiding, materiële hulp, medische diensten, huisvesting, Roemeense taalonderwijs en culturele uitwisseling. AIDROM heeft migrant gerelateerde projecten zoals [www.aidrom.ro]:

- Eerlijke begeleiding (betere integratie van kansarmen - laaggeschoolden, migranten, etnische minderheden, langdurig werklozen enz. - in onderwijs, opleiding en de arbeidsmarkt, aangeboden door meer klantgerichte begeleiding en counseling die rekening houdt met diversiteitskwesties);
- Bijstand en faciliteiten voor asielzoekers in Roemenië; Verbetering van het levensniveau van asielzoekers en het model van hun verantwoordingsplicht. Na een grondige analyse van de diensten, projecten en programma's die worden uitgevoerd door verschillende organisaties uit of gevestigd in Roemenië, werd geconcludeerd dat er in Roemenië geen onderwijs in ondernemerschap is gericht op en aangepast aan jonge migranten of migranten in het algemeen. Deze vondst bevestigt dat de resultaten van het YME-project welkom zijn in Roemenië en zeer nuttig zullen zijn.

Italië

START-UP

Italië heeft een project opgezet met de naam "start-up", dat tot dusver 400 migrerende bedrijven begeleidde bij het opzetten van nieuwe bedrijven. Dit project helpt migranten bij de eerste stappen van het opzetten van een bedrijf, maar de geboden service hangt af van het gebied waarin de migrant woont en is vaak bekend of beschikbaar.

De Nationale Prijs voor Ondernemingsmigrant

Om inclusie te bevorderen en de rest van de samenleving kennis te laten maken met de succesvolle ervaring van migranten in Italië, heeft de internationale vereniging voor geldoverdracht MoneyGram in 2009 de Nationale Prijs voor Ondernemingsmigrant in het leven geroepen. Het evenement is opgezet om het ondernemerschap van migranten te promoten en het land de succesvolle ervaringen van migranten in het land te laten zien; De makers van de prijs selecteren elk jaar migrerende ondernemers in heel Italië die hun ondernemingsgeest, moed bij het nemen van risico's en goed leiderschap hebben getoond. De prijs wordt toegekend in 3 categorieën: bedrijfsgroei, innovatie en ondernemerschap voor jonge migranten. Het evenement wordt ook gesteund door de Italiaanse regering met als doel het inclusietraject te ondersteunen, mede gezien de nieuwe nationalistische overtuigingen die in Italië steeds meer toestemmingen krijgen. Mensen van verschillende nationaliteiten zijn bekroond: Albanese, Roemeense, Afrikaanse, Chinese enzovoort in verschillende economische sectoren (handel, diensten, enz.). De deelnemers hebben de gelegenheid om hun activiteiten, doelen en achtergronden te presenteren die samenwerken aan het creëren van een multiculturele

samenleving. Migranten zijn een belangrijke hulpbron voor de Italiaanse samenleving, en deze prijs wil precies dat laten zien door de gemeenschappelijke gedachte over deze kwestie, die tegenwoordig kenmerkend is voor alle samenlevingen in de wereld, te ontraadselen.

Turkije

MIGRAPRENEURS Project

Met het projectreferentienummer: 2016-1-UK01-KA202-024286 MIGRAPRENEURS "Entrepreneurial and Intrapreneurial Mindset Development for High Skilled Migrants in Europe" is een Erasmus + Strategic Partnerships Project met een looptijd van september 2016 - augustus 2019. Turkije is een partner. Menselijk kapitaal is een bepalende factor voor de innovatieve prestaties van regio's en landen. Uit onderzoek is gebleken dat menselijk kapitaal afkomstig van het migratiegedrag van geschoolde personen een belangrijke bepalende factor is voor innovatie in gastlanden. (SERC, 2011). Niet-overeenkomende vaardigheden kunnen echter bijdragen tot werkloosheid en kunnen de productiviteit en het concurrentievermogen verminderen. Het komt in verschillende vormen voor, zoals tekorten aan vaardigheden of hiaten in vaardigheden, maar is ook van toepassing op situaties waarin de kwalificaties, kennis en vaardigheden van een persoon de vereisten van hun baan overtreffen. Arbeidsmigranten in Europa hebben meer kans op over kwalificatie - waar hun opleidingsniveau hoger is dan het werk dat ze doen. Het doel van dit project is om gebruik te maken van de vaardigheden die kennismigranten inbrengen in partnerlanden door een ondernemende / intrapreneuriale mentaliteit voor migranten te bevorderen.

Syriërs op de arbeidsmarkt

Ondanks de wetswijzigingen die de toegang tot formele banen vergemakkelijken, blijft de informele markt aantrekkelijker voor zowel Syriërs als werkgevers. Het aantal werkvergunningen dat aan Syriërs wordt verleend, is onverwacht laag als gevolg van grote tekortkomingen en gebrek aan prikkels.

İŞKUR (Turkish Employment Agency) is een andere openbare aanbieder van opleidingen die gespecialiseerd is in het opleiden van beroepsvaardigheden. Als een van zijn wettelijke verantwoordelijkheden probeert İŞKUR de behoeften van gekwalificeerd personeel van werkgevers te begrijpen door middel van jaarlijkse beoordelingen en probeert het cursussen te openen voor de vaardigheden die door de particuliere sector worden gevraagd via gecontracteerde opleidingsaanbieders. Deze cursussen staan ook open voor Syriërs als ze een İŞKUR-registratie hebben. İŞKUR-cursussen worden gratis aangeboden en Syriërs kunnen zich voor deze cursussen inschrijven via districtsafdelingen. Deelnemers aan deze cursussen ontvangen ook een dagvergoeding van 25 TL. Naast deze cursussen biedt İŞKUR in samenwerking met de werkgevers opleidingsmogelijkheden op het werk. Tijdens deze termijn wordt de helft van de salarissen van de deelnemers betaald door İŞKUR en als de werkgever tevreden is met de kandidaat, gaat het dienstverband door.

KOSGEB: Voor het onderwerp ondernemerschap, de ontwikkelingsorganisatie voor kleine en middelgrote industrieën, is KOSGEB een bekende aanbieder van opleidingen door zijn programma Toegepast ondernemerschap. Deze opleiding is een must om overheidssteun voor het MKB te krijgen. Deze gratis trainingen, die worden aangeboden via gecontracteerde trainingsaanbieders zoals Life-Long Learning Centres van universiteiten, duren 32 uur en worden regelmatig aangeboden. Deze training biedt een officieel certificaat en ook Syrische

jongeren worden toegelaten tot deze trainingen. Alleen Turkse burgers kunnen echter financiële steun krijgen voor ondernemerschap. Met name vrouwelijke ondernemers worden via dit programma ondersteund.

TÜSSIDE ENTREPRENEURSHIP ACADEMY

In de wereldeconomie van vandaag speelt ondernemerschap een sleutelrol bij het verhogen van de productiviteit, economische groei, innovatief denken en het creëren van banen. Om deze reden maken veel landen van ondernemerschap een politieke en nationale prioriteit. Globalisering hervormt het landschap van de internationale economie en snelle technologische veranderingen veroorzaken onzekerheid in de wereldeconomie. Ondernemerschap wordt verondersteld alternatieve manieren te bieden om nieuwe economische, ecologische en sociale problemen op te lossen. Op basis van dit inzicht ondersteunt TUSside ondernemerschap door een nationaal netwerk van instructeurs op te bouwen om basis ondernemerstraining te geven en mentorondersteuning te regelen tijdens het proces van het omzetten van een bedrijfsidee in een lopend bedrijf.

Hoofdstuk 6 Behoeftanalyse-rapport

Tijdens de eerste intellectuele output paste elk land de vragenlijsten voor de behoeftanalyse toe op de doelgroepen. Deze vragenlijst is opgesteld door de partners tijdens de eerste bijeenkomst om de behoeften van jonge migrantenondernemers (YME's) te analyseren, die de doelgroep vormen van het YME Erasmus + Project.

De respondenten werden tijdens de behoeftanalyse in twee groepen verdeeld: Ten eerste, de "MIGRANT" -groep die alle migranten, vluchtelingen, potentiële YME's, YME's enz. Omvat. Ten tweede was er de "Expert" -groep inclusief de actoren die de eerste groep in nieuwe voorwaarden zoals opleiders, docenten, opvoeders, onderzoekers, adviseurs, coaches, ondernemers die met jonge migranten werken.

Die overeenkomstig waren er twee versies van de vragenlijst: een voor de migranten, een voor de experts. Er moesten voor beide 9 algemene vragen worden gesteld, bovendien 3 vragen voor alleen migranten en 4 voor de experts. Daarom bevatte onze vragenlijst voor behoeftanalyse 12 vragen voor de migrantengroep en 14 vragen voor experts.

Type Respondent	Vraag-nummer	Vraag
ALGEMEEN	V1	<i>Wat is uw geslacht?</i>
ALGEMEEN	V2	<i>Wat is uw leeftijd?</i>
ALGEMEEN	V3	<i>Wat is uw huidige locatie?</i>
ALGEMEEN	V4	<i>Welke relatie heeft u tot YMEs? (Docent/Leerkracht, Ondernemer, Migrant? Bent u al een YME? Potentieel YME?)</i>
ALGEMEEN	V5	<i>Heeft u al enige ervaring met Young Migrants?</i>
ALGEMEEN	V6	<i>Welke communicatie kanalen zijn het beste om Young Migrants te bereiken? (Social media, e-mail, conferenties, netwerken, aankondigingen via gemeenschappen vluchtelingenkampen, etc.)</i>
ALGEMEEN	V7	<i>Heeft u goede praktijk ervaringen om te delen met betrekking tot Young Migrant Entrepreneurship?</i>
ALGEMEEN	V8	<i>Welke digitale applicaties zijn effectief voor YME educatie?</i>
ALGEMEEN	V9	<i>Heeft u nog andere aanbevelingen?</i>
MIGRANT	V10	<i>Waar komt u vandaan? Land, achtergrond?</i>
MIGRANT	V11	<i>Wat is uw juridische status in het land waar u nu woont?</i>
MIGRANT	V12	<i>Heeft u een rolmodel welke een succesvol ondernemer is? Kun u zijn/haar kenmerken en vaardigheden benoemen? (Leiderschap, zelfvertrouwen, risico's nemen, creativiteit, innovatie, etc.)</i>
ALGEMEEN	V13	<i>Welke kwaliteiten zouden jonge migranten geleerd moeten worden?</i>
AGENT	V14	<i>Welke methoden kunnen toegepast worden op YME?</i>
AGENT	V15	<i>Welke specialiteiten moeten in aanmerking worden genomen?</i>
AGENT	V16	<i>Wat zijn de kwaliteiten van het beste profiel van een YME docent?</i>

TOTAAL 127 MENSEN BEANTWOORDEN DE VRAGEN VOOR DE BEHOEFTE-ANALYSE

We hebben in totaal 127 mensen bereikt: 96 van hen waren migranten en 31 van hen waren experts. Het aantal mensen dat de vragenlijsten van de behoefteanalyse op landenniveau vulde, was 35 uit Turkije, 33 uit Roemenië, elk 20 uit Italië en Nederland en 19 uit het VK. Binnen deze cijfers is het aantal migranten in elk land groter dan dat van de experts.

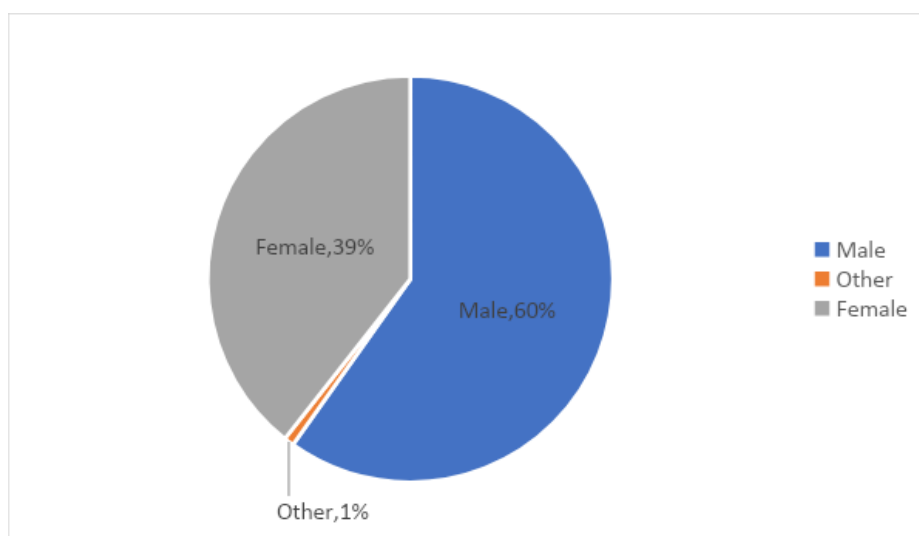
	IT	NL	RO	VK	TR	EU
	CPA	DFW2W	UPB	WS	MoNE	Totaal
Migrant	17	16	22	13	28	96
Expert	3	4	11	6	7	31
TOTAAL	20	20	33	19	35	127

DEMOGRAFISCHE INFORMATIE OVER DE VOORBEELD GROEP

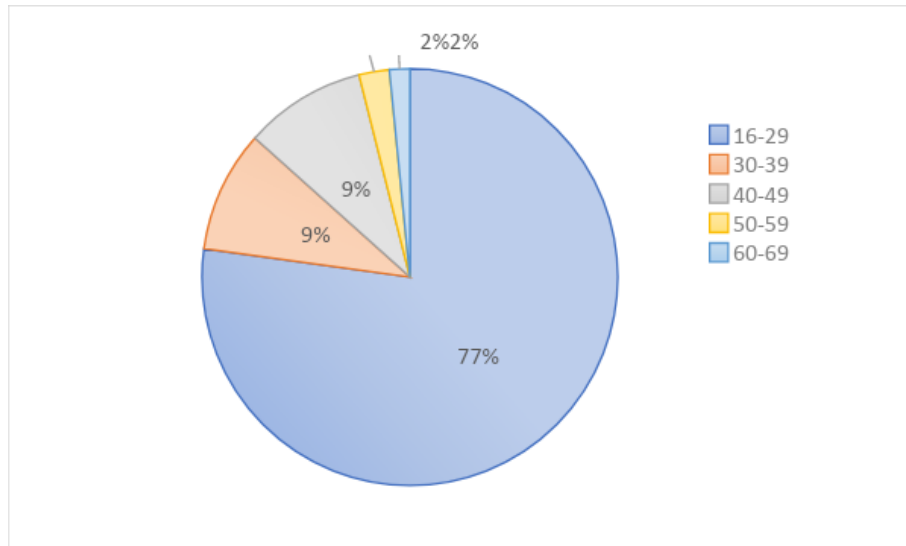
Als we onze sollicitanten analyseren op basis van de demografische kenmerken, waren er in totaal 76 mannen en 50 vrouwen, samen met 1 "anders" antwoord. De verhouding tussen mannen en vrouwen is redelijk in evenwicht in Turkije, terwijl de verhouding tussen mannen en vrouwen het laagst is in het VK.

	IT	NL	RO	VK	TR	EU
Geslacht	CPA	DFW2W	UPB	WS	MoNE	Totaal
Man	7	14	21	16	18	76
Vrouw	13	6	11	3	17	50
Anders	0	0	1	0	0	1
TOTAAL	20	20	33	19	35	127

We kunnen de algemene verhouding tussen geslachten in de volgende grafiek zien:



Als we kijken naar de leeftijdsintervallen van de groep, is het handig om te zien dat de grootste ratio zowel in totaal als in elk land behoort tot het beoogde leeftijdsinterval van het YME-profiel in het project, dat tussen de 16 en 29 jaar oud is. Het aantal van de mensen is 98 binnen onze 127 respondenten, wat 77 procent van het totale aantal respondenten is, zoals te zien is in de volgende grafiek.



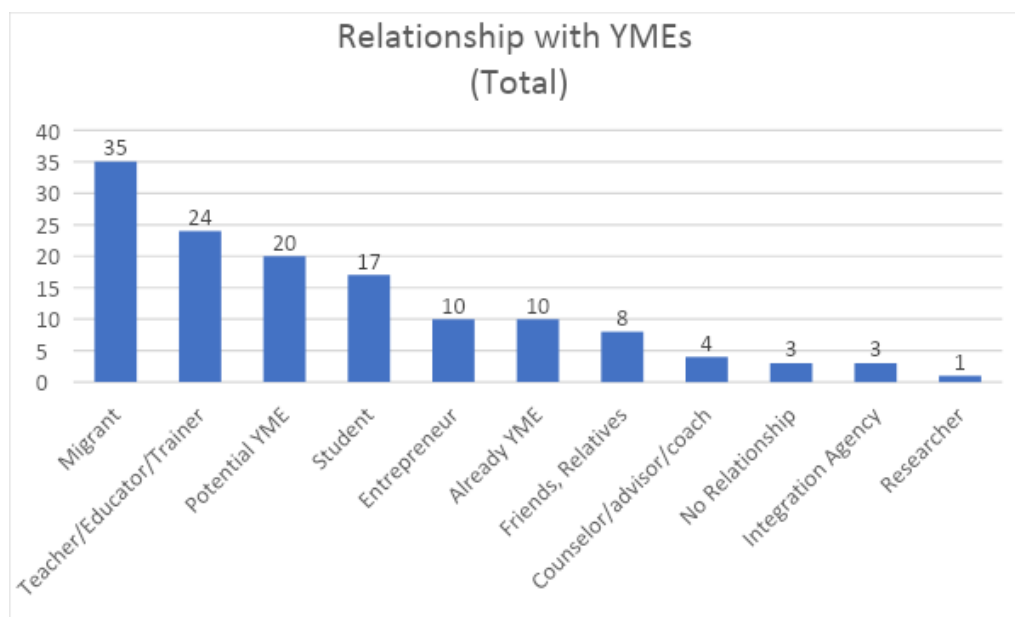
Als we eerst, de grootste cijfers nemen, zijn er 31 uit Turkije, 24 uit Roemenië, 17 uit Nederland, 14 uit het VK en 12 uit Italië, die in de beoogde leeftijdscategorie van het YME-profiel liggen. Als we kijken naar de andere leeftijdscategorieën die komen na het beoogde leeftijdscategorie van 16-29, kunnen we zeggen dat er respondenten waren in de leeftijd van 30 tot 40 met elk een 12-frequentie. De respondenten in de leeftijd van 50 tot 60 waren zeldzaam met een frequentie van respectievelijk 3 en 2.

	IT	NL	RO	VK	TR	EU
Leeftijds Interval	CPA	DFW2W	UPB	WS	MoNE	Totaal
16-29	12	17	24	14	31	98
30-39	1	2	4	1	4	12
40-49	5	0	5	2	0	12
50-59	2	0	0	1	0	3
60-69	0	1	0	1	0	2
TOTAAL	20	20	33	19	35	127

Als we kijken naar de huidige locaties van de respondenten, was het grootste aantal afkomstig uit Turkije met 36 personen en de volgende aantallen waren 29 uit Roemenië, 20 uit zowel Nederland als Italië, 19 uit het VK en 3 uit Abu Dhabi. Alle landen behalve Roemenië hebben hun eigen respondenten binnen hun grenzen, terwijl Roemenië ook 1 uit Turkije en 3 uit Abu Dhabi als de huidige locatie van de respondenten aangeeft.

	IT	NL	RO	VK	TR	EU
Huidige Locatie	CPA	DFW2W	UPB	WS	MoNE	Totaal
UK	0	0	0	19	0	19
Turkije	0	0	1	0	35	36
Roemenië	0	0	29	0	0	29
Abu Dhabi	0	0	3	0	0	3
Nederland	0	20	0	0	0	20
Italië	20	0	0	0	0	20
TOTAAL	20	20	33	19	35	127

Toen we naar hun relatie met de YME's vroegen, waren de antwoorden interessant met meerdere keuzes voor elke respondent. Een respondent kan bijvoorbeeld zowel student als potentiële YME zijn, of een andere kan zowel trainer als coach zijn voor de YME's. De hoogste frequentie behoort tot de titel 'migrant' met 35 respondenten. Als we de titels "Al YME" en "Potentiële YME" met hun frequenties van 10 en 20 bij elkaar tellen, behoort de volgende hoogste frequentie tot deze YME-categorie. Er waren in totaal 65 respondenten, passend bij onze doelgroep "Migrant".



Bovendien had de categorie "Leraar / opvoeder / trainer" 24 respondenten als de belangrijkste experts om YME's te helpen en ons te voeden met hun ervaringen. We kunnen ook de categorieën "Onderzoeker" en "Adviseur / Adviseur / Coach" toevoegen samen met hun frequenties van 1 en 4 om een algemeen nummer van de "Expert" -groep te bereiken, die al in functie waren van de ondersteuning van YME's. We kunnen zeggen dat er maar liefst 29 respondenten waren, die onze doelgroep van experts hebben aangegeven.

	IT	NL	RO	VK	TR	EU
Relatie tot YMEs	CPA	DFW2W	UPB	WS	MoNE	Totaal
Migrant	0	3	10	0	22	35
Docent/Leerkracht/ Trainer	3	2	5	6	8	24
Potentieel YME	1	8	3	8	0	20
Student	4	0	0	0	13	17
Ondernemer	2	1	2	5	0	10
Al een YME	6	4	0	0	0	10
Vriend, Kennis	4	0	4	0	0	8
Raadgever/adviseur/ coach	0	2	2	0	0	4
Geen Relatie	0	0	3	0	0	3
Integratie Agentschap	0	0	3	0	0	3
Onderzoeker	0	0	1	0	0	1

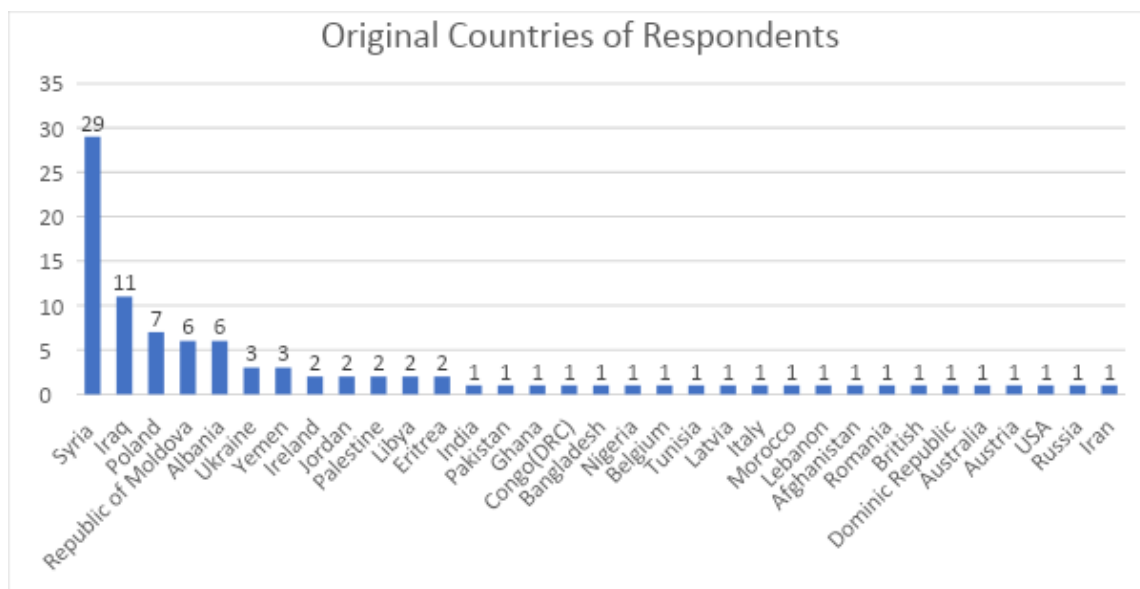
HET GROOTSTE DEEL VAN DE MIGRANTEN KOMEN UIT SYRIË EN IRAK...

"Syrië" en "Irak" zijn de landen waar het grootste aantal migranten vandaan komt: er zijn 29 Syrische en 11 Iraakse respondenten. De Iraakse respondenten waren afkomstig uit Turkije, maar Syrische respondenten waren in alle landen vertegenwoordigd en er waren geen andere nationaliteiten die in alle landsgrenzen van de projectgroep te vinden waren. Syriërs waren meestal in Turkije met 17 mensen, en dan in Nederland met 6 mensen, en uiteindelijk 2 mensen elk in de andere landen van het project YME.

	IT	NL	RO	VK	TR	EU
Landen	CPA	DFW2W	UPB	WS	MoNE	Totaal
Syrië	2	6	2	2	17	29
Irak	0	0	0	0	11	11
Polen	1	2	0	4	0	7
Moldavische Republiek	0	0	6	0	0	6
Albanië	6	0	0	0	0	6
Oekraïne	1	0	2	0	0	3
Yemen	0	0	3		0	3
Ierland	0	0	0	2	0	2
Jordanië	0	0	2	0	0	2
Palestine	0	0	2	0	0	2
Libië	1	1	0	0	0	2
Eritrea	1	1	0	0	0	2
India	0	0	0	1	0	1
Pakistan	0	0	0	1	0	1
Ghana	0	0	0	1	0	1
Congo(DRC)	0	0	0	1	0	1

Bangladesh	0	0	0	1	0	1
Nigeria	0	0	1	0	0	1
België	0	0	1	0	0	1
Tunisië	0	1	0	0	0	1
Latvia	1	0	0	0	0	1
Italië	1	0	0	0	0	1
Marocco	0	1	0	0	0	1
Libanon	0	1	0	0	0	1
Afghanistan	0	1	0	0	0	1
Roemenië	0	1	0	0	0	1
Brittanië	1	0	0	0	0	1
Dominicaanse Republiek	1	0	0	0	0	1
Australië	1	0	0	0	0	1
Oostenrijk	1	0	0	0	0	1
USA	1	0	0	0	0	1
Rusland	1	0	0	0	0	1
Iran	0	1	0	0	0	1

"Polen", "Republiek Moldavië" en "Albanië" kunnen worden opgegeven als de volgende hoogste scores met respectievelijk 7, 6 en 6 personen. Poolse respondenten waren in verschillende landen van het project, zoals Italië, Nederland en het VK. Moldavische respondenten kwamen allemaal uit Roemenië en Albanese respondenten kwamen allemaal uit Italië. Er waren ook veel meer respondenten uit verschillende landen met lagere score-niveaus.

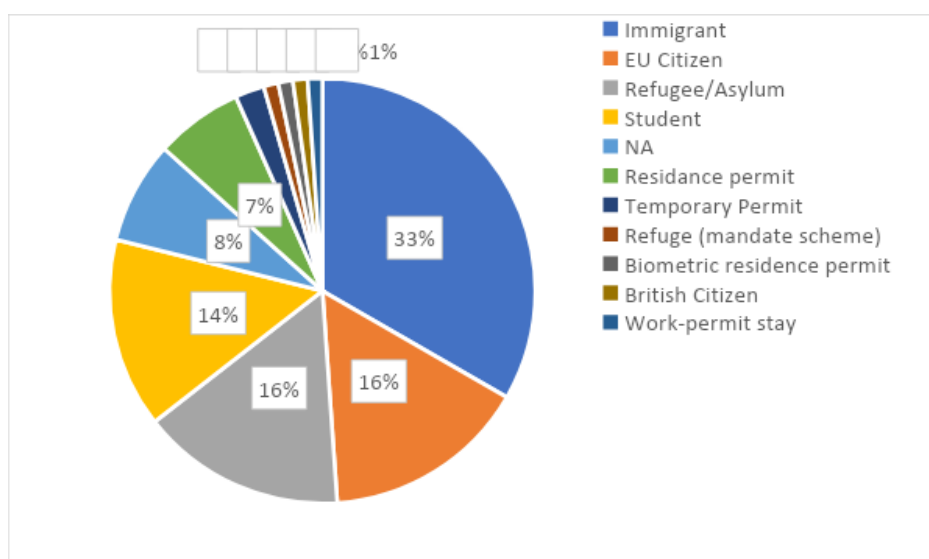


De juridische status van de "Migrant" -groep werd verzameld, en het aantal "immigranten" -status was 30 met de hoogste frequentie in totaal. Bijna de helft van deze immigranten kwam uit Turkije. Er waren 14 EU-burgers in Italië, het VK en Roemenië met een frequentie van respectievelijk 8, 5 en 1. Deze EU-burgerrespondenten zouden kunnen worden gedefinieerd als

de gelukkigste groep binnen de totale migrantengroep met hun sociale rechten. Met dezelfde score waren er in totaal ook 14 "Vluchtelingen / Asiel" -respondenten, die zelfs geen immigrant konden worden.

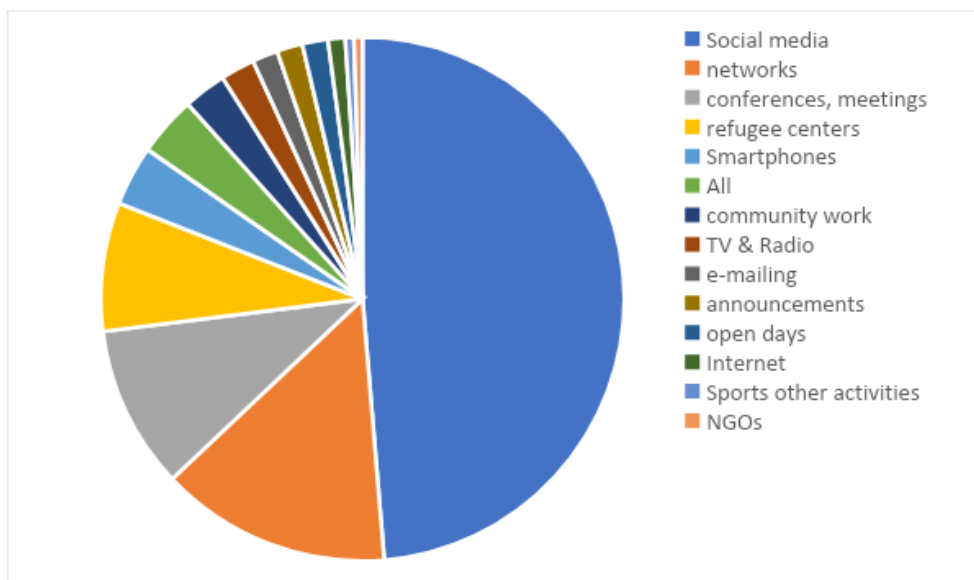
	IT	NL	RO	VK	TR	EU
Juridische status	CPA	DFW2W	UPB	WS	MoNE	Totaal
Immigrant	6	7	4	0	13	30
EU Inwoner	8	0	1	5	0	14
Vluchteling/Azielzoeker	3	5	0	2	4	14
Student	0	0	10	0	3	13
Niet beschikbaar (NA)	0	0	7	0	0	7
Verblijfsvergunning	3	3	0	0	0	6
Tijdelijke verblijfsvergunning	0	0	0	2	0	2
Vluchteling (mandaat status)	0	0	0	1	0	1
Biometrische verblijfsvergunning	0	0	0	1	0	1
Inwoner VK	0	0	0	1	0	1
Werkverblijfsvergunning	0	1	0	0	0	1

Na de categorieën Immigranten, EU-burgers en Vluchtelingen / Asiel komt de categorie "Student" met een percentage van 14 procent binnen het totaal. De meeste studentrespondenten kwamen uit Roemenië en Turkije had een klein percentage binnen deze categorie. Er was ook een categorie "Niet beschikbaar" met een percentage van 8 procent, gevolgd door een lage score op het gebied van vergunningen, Britse burgers enz.



SOCIALE MEDIA ALS MEEST PASSEN COMMUNICATIE KANAAL VOOR YMEs

De respondenten vonden 'Social Media' het meest efficiënte communicatiekanaal om de YME's te bereiken met een hoogste score van 92, wat bijna 50 procent van de totale antwoorden is. Het is een vrij groot aandeel in vergelijking met alle andere categorieën, en dus geeft dit resultaat de efficiëntie aan van de sociale media om de potentiële YME's te bereiken.



Bovendien bevatten sommige rapporten de afzonderlijke namen van de sociale media-apps met hun scores. Het VK rapporteerde bijvoorbeeld een score van 13 als "Instagram (3), Snap Chat (3), WhatsApp (1), Facebook (1), apps (1) in de categorie sociale media (totaal: 13)" (Rapport van Werkcenter, VK, p.4).

Na "sociale media" behoren de hoogste scores tot de categorieën "netwerken" (27), "conferenties / bijeenkomsten" (19) en "vluchtelingencentra" (15). De categorieën "Smartphones" en "Alle" komen achter met een score van 7.

	IT	NL	RO	VK	TR	EU
Communicatie Kanalen	CPA	DFW2W	UPB	WS	MoNE	Totaal
Social media	19	14	18	13	28	92
Netwerken	6	4	7	6	4	27
Conferenties/bijeenkomsten	6	0	7	1	5	19
Vluchtelingencentra	4	2	0	2	7	15
Smartphones	1	6	0	0	0	7
Alle	0	1	0	6	0	7
Vrijwilligers werk	3	2	0	0	0	5
TV & Radio	3	1	0	0	0	4
e-mailing	0	1	0	0	2	3

Aankondigingen	0	0	2	0	1	3
Open dagen	3	0	0	0	0	3
Internet	0	1	0	1	0	2
Sport en andere activiteiten	1	0	0	0	0	1
NGOs	0	0	0	0	1	1

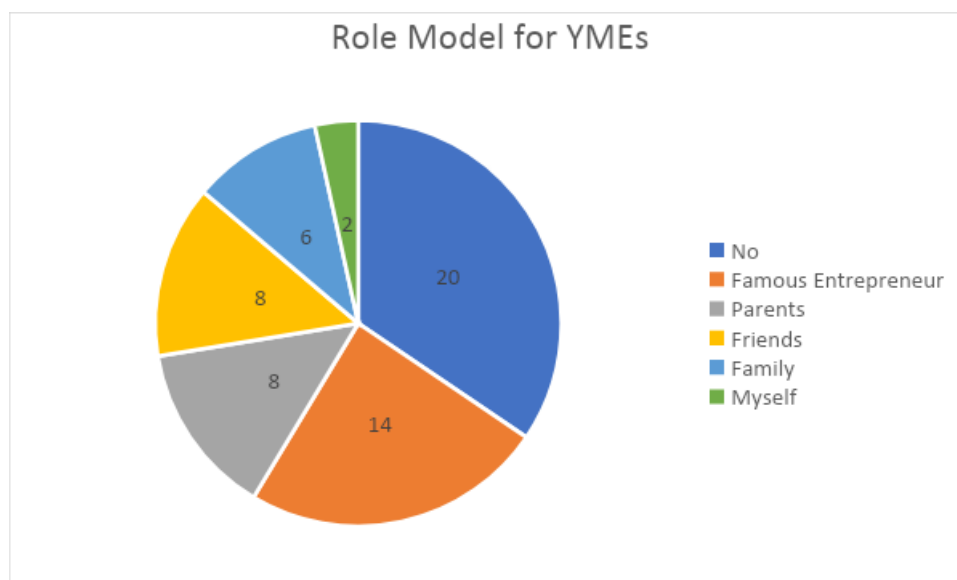
Wanneer de meest geschikte digitale toepassingen worden gevraagd, hadden de categorieën "E-cursus", "Platform", "E-applicaties" en "Netwerken" de hoogste score met respectievelijk 31, 28, 27 en 22 antwoorden. "Educatie via Social Media" en "Games" werden door de respondenten toegevoegd aan de categorieën, die zowel zeer aantrekkelijk zijn voor jongeren als entertainment en educatieve tools.

Sommige respondenten bekritiseerden ook de digitale kant en verdedigden 'offline' mechanismen met een score van 7. Bovendien werden de categorieën 'Face-to-face-netwerken', 'Ambassadeurs' en 'Evenementen' toegevoegd als antwoord van een aantal kritisch kijkende respondenten.

	IT	NL	RO	VK	TR	EU
Digitale Applicaties	CPA	DFW2W	UPB	WS	MoNE	Totaal
E-Cursus	8	6	2	2	13	31
Platform	0	5	7	5	11	28
E-applicatie	4	5	7	7	4	27
Netwerken	7	5	7	0	3	22
Educatie via social media	3	0	0	6	0	9
Geen/Offline	6	0	0	0	1	7
Face-to-face netwerken	0	0	0	6	0	6
Ambassadeurs	0	0	0	6	0	6
Alle	0	5	0	0	1	6
Games	2	0	0	0	0	2
Evenementen	0	0	0	1	0	1
Ondernemerschap tijdschriften	0	0	0	1	0	1

BEKENDE ONDERNEMERS ZIJN GOEDE ROLMODELLEN VOOR YMEs

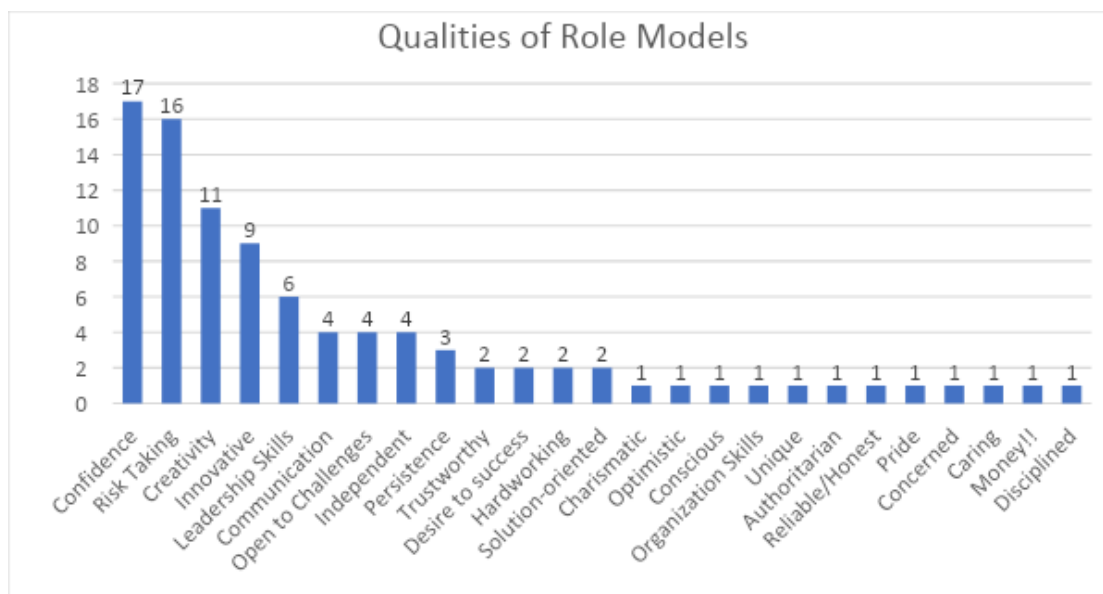
Migrantengroep beantwoorde de vraag of ze een rolmodel hadden of niet. Niet elke migrant beantwoorde deze vraag en 20 respondenten gaven aan dat ze geen rolmodel hadden. Sommigen van hen voegden ook toe dat ze geen rolmodel nodig hadden om een uniek werk / product te creëren.



"Bekende ondernemer" werd echter met de hoogste score gegeven als antwoord, gevolgd door respectievelijk "Ouders", "Vrienden", "Familie / Kennissen" en "Ikzelf".

	IT	NL	RO	VK	TR	EU
Rol Model	CPA	DFW2W	UPB	WS	MoNE	Totaal
Nee	5	4	6	1	4	20
Bekende ondernemer	5	0	3	4	2	14
Ouders	0	3	0	5	0	8
Vrienden	5	2	0	1	0	8
Familie/Kennissen	0	2	2	2	0	6
Ikzelf	1	1	0	0	0	2

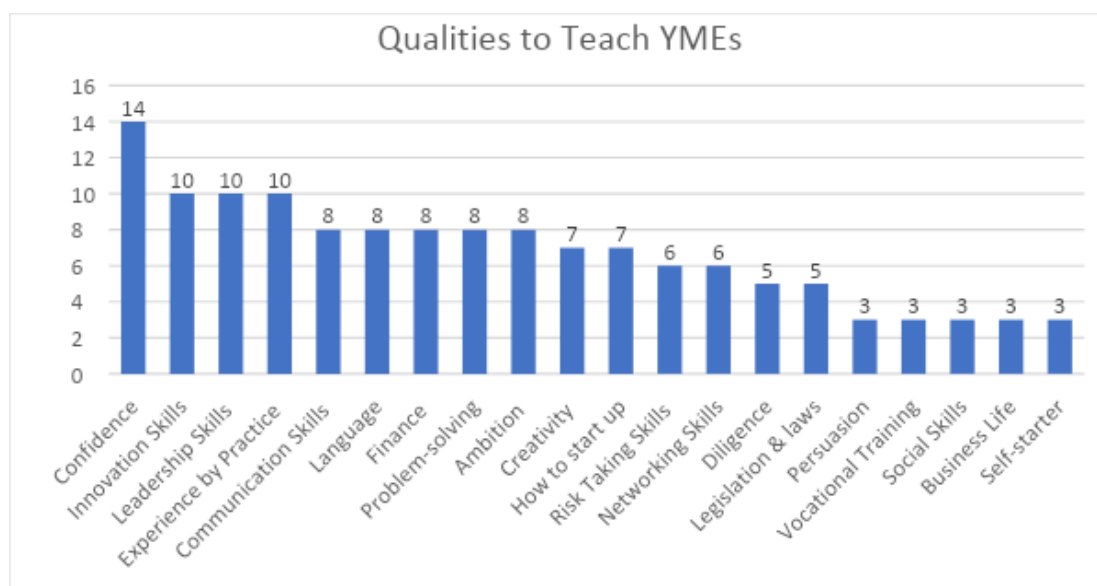
Bovendien noemde de "migrantengroep" de kwaliteiten van hun mogelijke rolmodellen: "Vertrouwen" (17), "Risico's durven nemen" (16) en "Creativiteit" (11) waren de eerste drie hoogste scores binnen het totaal. De volgende kwaliteiten waren "Innovatief", "Leiderschapsvaardigheden", "Communicatie", "Open voor uitdagingen" en "Onafhankelijk" met een score van minstens 4.



ZELFVERTROUWEN IS DE TOPKWALITEIT VOOR ZOWEL MIGRANTEN ALS AGENTEN...

Aan de andere kant bepaalden experts wat voor kwaliteiten ze aan jonge migranten moesten leren om hen op te leiden tot YMEs, en "Vertrouwen" was opnieuw de eerste kwaliteit, net zoals Migranten gedefinieerd als de topkwaliteit voor hun rolmodellen. Bovendien waren 4 kwaliteiten van de top 5 hetzelfde in hun antwoorden: "Innovatieve vaardigheden", "Leiderschapsvaardigheden" en "Communicatieve vaardigheden" met de leidende categorie "Vertrouwen".

Experts voegden "Ervaring uit de praktijk" toe aan de top 5 kwaliteiten in plaats van "Creativiteit". De onderstaande tabel bevat belangrijke overeenkomsten met de bovenstaande tabel waarin de kwaliteiten van rolmodellen worden beschreven.



Bovendien waren er andere kwaliteiten die even belangrijk waren als de reeds genoemde, zoals 'Taalvaardigheid' (8), 'Financiën' (8), 'Probleemoplossing' (8), 'Ambitie' (8), 'Creativiteit' (7), "Hoe te beginnen" (7), "Risico's nemen" (6) en "Netwerkvaardigheden" (6). De volgende staan in de onderstaande tabel:

	IT	NL	RO	VK	TR	EU
Kwaliteiten	CPA	DFW2W	UPB	WS	MoNE	Totaal
Vertrouwen	7	2	0	4	1	14
Innovatieve vaardigheden	0	0	2	8	0	10
Leiderschapsvaardigheden	0	0	4	6	0	10
Ervaring uit de praktijk	0	0	0	9	1	10
Communicatievaardigheden	2	1	1	2	2	8
Taalvaardigheid	3	1	2	1	1	8
Financiën	4	1	3	0	0	8
Probleemoplossing	8	0	0	0	0	8
Ambitie	0	0	0	8	0	8
Creativiteit	0	1	0	4	2	7
Hoe te beginnen	5	1	1	0	0	7
Risico's nemen	1	1	0	4	0	6
Netwerkvaardigheden	0	0	0	6	0	6
Ijver	0	0	0	3	2	5
Wetgeving & wetten	0	3	2	0	0	5
Overtuigin	0	0	0	3	0	3
Beroepsonderwijs	0	0	0	0	3	3
Sociale vaardigheden	0	0	3	0	0	3
Vaardigheden uit het bedrijfsleven	1	0	2	0	0	3
Autodidact	2	1	0	0	0	3

Naast de bovenstaande tabel waren er andere kwaliteiten die werden gekozen door agenten met 2 en minder frequenties, terwijl ze de moeite waard zijn om hier te worden onderstreept:

Hardwerkende vaardigheden, Energiek, Visionair, Vastberadenheid, Harmonieus samenwerken met anderen, Digitale competenties, Moed, Onderhandelen, Avontuurlijk, Motivatie, Geschiedenis, Verantwoordelijkheid, Besluitvorming, Marketing, Boekhouding, Discipline, Ruimdenkend, Competitief, Arbeidsethos, Passie, Subsidie Mogelijkheden, Veerkracht, Eerlijkheid, Samenwerking, Hoe u hulp kunt vinden, Carrière mogelijkheden.

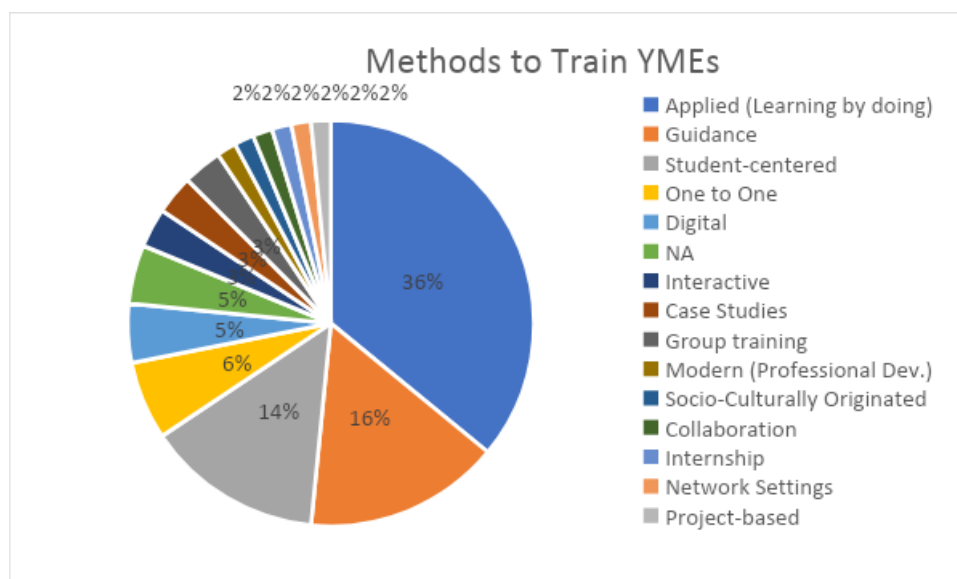
TOEGEPASTE METHODES ZIJN DE BESTE MANIER OM YMEs TE TRAINEN

De agentengroep gaf antwoorden over de meest geschikte methoden om jonge migranten op te leiden, en de hoogste score behoorde tot de “Applied (Learning by Doing)” -methoden met een score van 23. “Begeleiding” en “Student-centered” methoden gevolgd met 10 en 9 frequenties.

	IT	NL	RO	VK	TR	EU
Methodes	CPA	DFW2W	UPB	WS	MoNE	Totaal
Toegepast (leren door doen)	13	2	4	0	4	23
Begeleiding	4	0	0	6	0	10
Student gericht	9	0	0	0	0	9
Een op een	0	2	0	0	2	4
Digitaal	0	1	0	0	2	3
NA	0	0	3	0	0	3
Interactieve training	0	0	1	0	1	2
Casus onderzoeken	0	1	1	0	0	2
Groepstraining	0	2	0	0	0	2
Modern (Professionele Dev.)	0	0	1	0	0	1
Sociaal-Culturele Oorsprong	0	0	1	0	0	1
Samenwerking	0	1	0	0	0	1
Stage	0	1	0	0	0	1
Netwerkinstellingen	0	1	0	0	0	1
Projectmatig	0	1	0	0	0	1

Zoals je kunt zien, had de Toegepast (Leren door te doen) methode 36 procent van de totale antwoorden met een vrij groot aandeel. Dit geeft aan hoe effectief ervaring is om jonge migranten te trainen in ondernemerschap. Aan de andere kant moeten de methoden die door de

respondenten zijn toegevoegd, in overweging worden genomen als nuttige hulpmiddelen zoals "groepstraining", "casus onderzoeken", "interactieve training" enz.



TAALMOEILIKHEDEN EN PSYCHOLOGISCHE TRAUMA-EFFECTEN LEERERVARINGEN VAN YME's...

In de behoefteanalyse antwoordde Expert groep over de specialiteiten van jonge migranten tijdens het leren. De belangrijkste kwetsbaarheden kwamen naar voren als "taalproblemen" en "psychologisch trauma" van de leerlingen met de frequenties van respectievelijk 21 en 19. Bovendien volgt "Financiële situatie" ze met een score van 13. Alle andere genoemde categorieën zijn erg belangrijk om in gedachten te houden bij het ontwerpen van trainingen voor YME's zoals "Carrière Situatie", "Socialisatie", "Religie", "Accommodatie", "Juridisch kader" enz.

	IT	NL	RO	VK	TR	EU
Specialiteiten	CPA	DFW2W	UPB	WS	MoNE	Totaal
Taalproblemen	10	0	6	0	5	21
Psychologisch trauma	9	3	1	0	6	19
Financiële Situatie	8	0	2	0	3	13
Alle	0	2	0	6	0	8
Carrière situatie	5	0	0	0	3	8
Socialisatie	0	2	0	0	2	4
Religie	1	0	0	0	2	3
Accommodatie	0	0	1	0	1	2

Woonruimte: wonen, werken, leren, socialiseren, financiën	0	2	0	0	0	2
Wettelijk kader	0	0	1	0	0	1
Kwetsbaarheid	1	0	0	0	0	1
Inclusie problemen	1	0	0	0	0	1

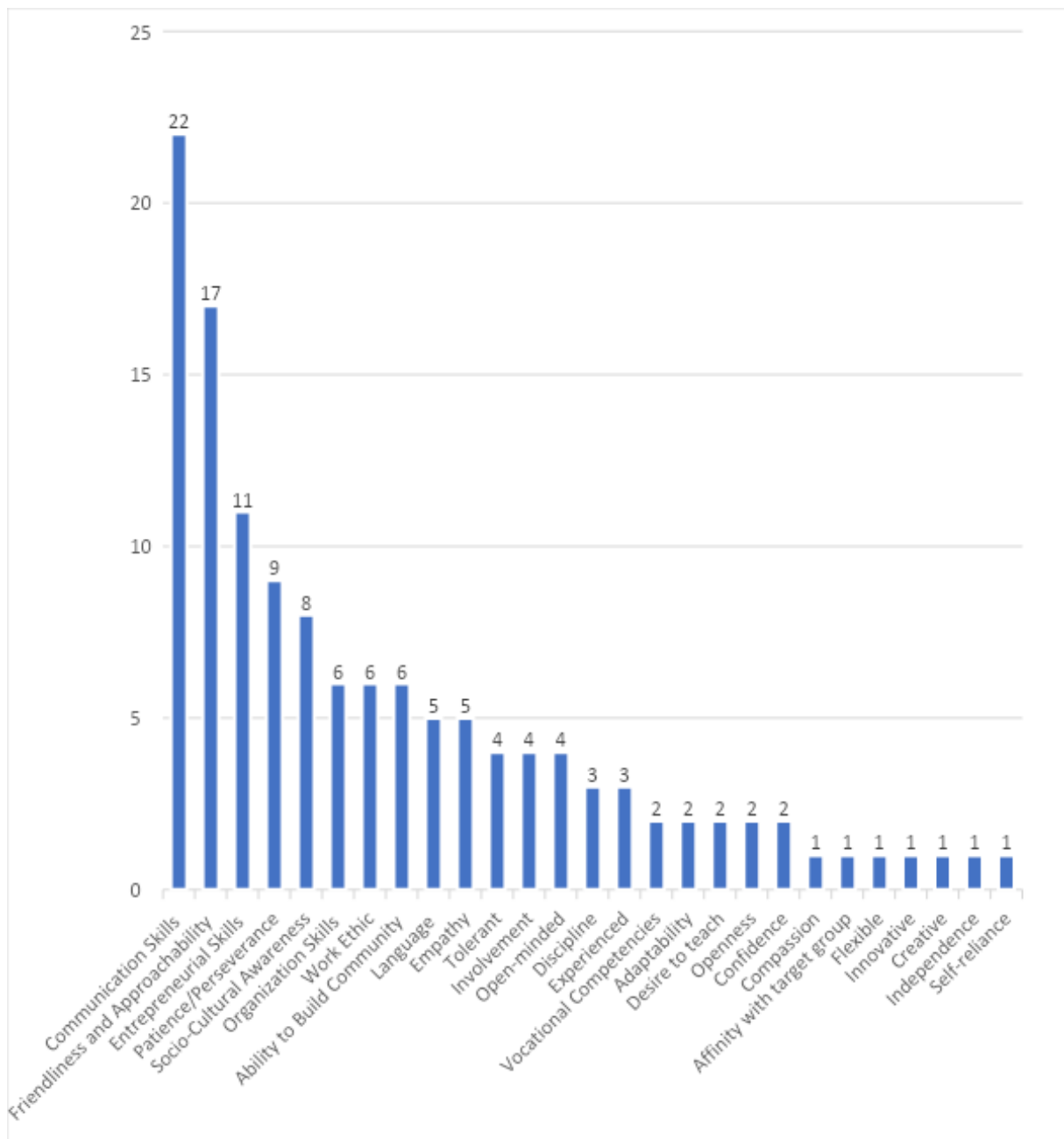
De agentengroep definieerde de kwaliteiten voor het beste profiel van een YME-trainer, en de leidende kwaliteit verscheen als "communicatieve vaardigheden" met een aantal van 22. De enige kwaliteit, die werd geselecteerd door de experts uit alle landen als een gemeenschappelijk gebied, is "communicatieve vaardigheden" met inbegrip van alle gebieden van interactie en relatie met de leerlingen tijdens de training. Het is erg belangrijk om informatie en kennis naar de leerling te sturen en om hun reactie en feedback te krijgen voor een gezonde communicatie. Zoals te zien is in de volgende tabel, is de meest voorkomende kwaliteit die door alle landen wordt gedefinieerd 'communicatieve vaardigheden':

	IT	NL	RO	VK	TR	EU
Kwaliteiten voor YME-trainer	CPA	DFW2W	UPB	WS	MoNE	Totaal
Communicatie vaardigheden	11	1	2	6	2	22
Vriendelijkheid en benaderbaarheid	9	1	0	6	1	17
Vaardigheden m.b.t. ondernemerschap	0	2	2	6	1	11
Geduld/doorzettingsvermogen	2	1	3	0	3	9
Sociaal-cultureel bewustzijn	1	0	5	0	2	8
Organisatievaardigheden	0	0	0	6	0	6
Arbeidsethos	0	0	0	6	0	6
Mogelijkheid om een gemeenschap op te bouwen	0	0	0	6	0	6
Taal	0	0	2	0	3	5
Empathisch	2	1	2	0	0	5
Tolerant	0	0	1	0	3	4
Betrokkenheid	0	1	3	0	0	4
Ruimdenkend	3	1	0	0	0	4
Gedisciplineer	0	1	0	0	2	3

Ervaren	3	0	0	0	0	3
Beroepscompetenties	0	0	0	0	2	2
Aanpassingsvermogen	0	0	2	0	0	2
Verlangen om te onderwijzen	0	0	2	0	0	2
Openheid	0	0	2	0	0	2
Vertrouwen	1	1	0	0	0	2
Mededogen	0	0	1	0	0	1
Affiniteit met de doelgroep	0	1	0	0	0	1
Flexibe	0	1	0	0	0	1
Innovatief	0	1	0	0	0	1
Creatief	0	1	0	0	0	1
Onafhankelijk	0	1	0	0	0	1
Zelfredzaamheid	0	1	0	0	0	1

"Vriendelijkheid en toegankelijkheid", "Vaardigheden m.b.t. ondernemerschap", "Geduld / doorzettingsvermogen" en "Sociaal-cultureel bewustzijn" volgden met respectievelijk 17, 11, 9 en 8 frequenties. Deze kwaliteiten werden ook door bijna alle landen aangegeven. Bovendien zijn de volgende kwaliteiten, gerangschikt volgens het afnemende aantal van hun frequenties, te zien in de onderstaande tabel:

Organisatievaardigheden, Arbeidsethos, Mogelijkheid om een gemeenschap op te bouwen, Taal, Empathie, Tolerant, Betrokkenheid, Ruimdenkend, Discipline, Ervaren, Beroepscompetenties, Aanpassingsvermogen, Verlangen om les te geven, Openheid, Vertrouwen, Mededogen, Affiniteit met doelgroep, Flexibel, Innovatief, Creatief, Onafhankelijkheid, Zelfredzaamheid.



GOEDE PRAKTIJK ERVARING GEDEELD DOOR RESPONDENTEN...

- Youth Business International is een goede praktijk. YBI ondersteunt achtergestelde jonge ondernemers (18-35 jaar) bij het starten, groeien en onderhouden van hun bedrijf - waardoor ze banen kunnen creëren, gemeenschappen kunnen opbouwen en levens kunnen transformeren. Waar we ook werken, onze focus ligt op jonge mensen met een levensvatbaar bedrijfsidee, maar zonder toegang tot de ondersteunende structuren die ze nodig hebben om een bedrijf op te zetten en te runnen. YBI werkt samen met bedrijven, overheden, internationale ontwikkelingsagentschappen, liefdadigheidsstichtingen en individuen om een effectief en duurzaam netwerk te laten groeien en koesteren dat impact creëert voor achtergestelde jonge ondernemers op wereldschaal. YBI brengt leden en partners samen met op elkaar afgestemde doelen om snel en op grote schaal verandering te creëren voor jonge ondernemers. We doen dit

door gebruik te maken van het unieke vermogen van het netwerk om te leren, te innoveren en de diverse expertise en kennis te delen die onze leden individueel effectief en collectief krachtig maken (het VK).

- YES heeft ook een aantal programma's die geschikt zijn voor jonge migrantenondernemers (het VK).

- Het boek van Rafael dos Santos, die in 2002 op 21-jarige leeftijd naar Londen verhuisde nadat hij twee jaar in Sao Paulo (een van de grootste steden ter wereld) had gewoond (Brazilië verliet), werkte als keukenportier, schoonmaakster, glasverzamelaar en ober om zijn onkosten te betalen, totdat er een mogelijkheid ontstond om huizen te beheren en binnen twee jaar had hij zijn eigen bedrijf. In de daaropvolgende 11 jaar groeide Rafaels portfolio van 1 naar 50 woningen, nam 15 personeelsleden in dienst en realiseerde een omzet van £ 1,2 miljoen. Rafael verhuurde woonruimte aan meer dan 2.000 young professionals en studentmigranten. Rafael bracht zijn boek uit - 'Moving Abroad, One Step at a Time' - in 2013. Het boek biedt hulp en advies aan degenen die de beslissing hebben genomen om naar een nieuw land te verhuizen en is een zeer goede richtlijn voor jonge migrantenondernemers (de VK).

- Voorbeelden van goede praktijken van ondernemerschap in de link: http://www.pandpasproject.eu/wp-content/uploads/2018/10/Good_Practices.pdf Hoewel niet VK. Het is in Slovenië Actiegebied: Ondernemerschapspartner die de praktijk identificeerde: ZRC SAZU, Slovenië Open keuken is een unieke en meest populaire voedselmarkt in Slovenië die sinds 2013 innovatie van lokale en buitenlandse chef-koks en koks naar de Sloveense culinaire scene brengt Het is een regelmatig Ljubljana-evenement geworden en elke zonnige vrijdag van het vroege voorjaar tot het late najaar trekken lokale en buitenlandse voedselaanbieders bezoekers aan om de lokale en internationale keuken te proberen. Hoofddoelen zijn het samenbrengen van voedsel van over de hele wereld en het presenteren aan de lokale bevolking en bezoekers van de stad; om een levendige ontmoetingsplaats te creëren in het stadscentrum om tijd door te brengen met vrienden en familie door het kwaliteitsvoedsel tegen betaalbare prijzen. De voedselmarkt omvat migranten als chef-koks en ondersteunend personeel, terwijl de culinaire en culturele kenmerken van de landen van hun herkomst worden gepresenteerd. Meer werkgelegenheid en ondernemerschap zijn ook belangrijke feiten in verband met deze markt voor immigranten, die zich meer thuis voelen. Hoewel Open keuken met die naam en initiatiefnemers zijn begonnen in Ljubljana, wordt een soortgelijk evenement (maar verschillende organisatoren) ook georganiseerd in Maribor (genaamd Full pot) en Koper. De tendens is dat het zich ook naar andere steden verspreidt. De praktijk wordt als zeer relevant beschouwd vanwege de breed toegankelijke context; iedereen die anderszins voedseldiensten verleent, heeft de mogelijkheid om mee te doen. Website: <http://www.odprtakuhna.si/en/> (het VK).

- "De oom van mijn man heeft een kapsalon en geeft 's avonds autorijlessen. Hij is ondernemend, zelfstandig, klantvriendelijk en een mensenmens. Hij is een erg religieus man en heeft veel doorzettingsvermogen en een heel positieve instelling"(NL).

- "Zowel Diana als Muhamad hebben een goede opleiding in Syrië. Hij als technicus en zij als advocaat. In Nederland was hun vurige wens om snel op eigen benen te staan en vooral weer aan het werk te gaan. Omdat het erg moeilijk was om een eigen beroep uit te oefenen, besloten ze het anders aan te pakken. Koken is hun passie. Ze besloten de Syrische keuken in Nederland te introduceren. Nederlandse vrienden proefden het eten en waren al snel enthousiast. Zo ontstond een nieuw bedrijf"(NL).

- De beste praktijk is mijn eigen ervaring door het opzetten van mijn kapperszaak. Ik ben een kapper, schoonheidsspecialiste en visagiste uit Syrië met een berg ervaring en wilde zelf aan de slag. Ik had zeven jaar ervaring in salons in verschillende Arabische landen en was toe aan een nieuwe uitdaging. Na vier jaar in Nederland te zijn geweest, besloot ik mijn eigen bedrijf te starten. Het begint met een goed netwerk om je bijvoorbeeld de gemeente te helpen voor het financiële deel, de wetten voor het starten van een eigen bedrijf en het opzetten van een goed

ondernemingsplan. Nu gebruik ik de kennis van de eigenaren van de bedrijven (buren) rondom mijn kapperszaak en leer ik elke dag meer”(NL).

- "In de muziekwereld een jonge migrant die nooit opgaf en uiteindelijk voor Italië zong op het Eurovisiesongfestival 2019" (IT).

- "Wijzelf zijn een goed praktijkvoorbeeld, we zijn 25 jaar geleden in Italië aangekomen, op de vlucht voor de oorlog, en wij, mijn man en ik hebben allebei de manier van leven in Italië geleerd. Ik leerde ook snel Italiaans omdat ik pas 17 was. Ik had toegang tot het Italiaanse schoolstelsel, mijn man was niet zo snel, we hadden een andere achtergrond maar kregen de kans om een bouwbedrijf op te richten. We hebben nu twee inbegrepen kinderen en hebben 4 migranten in dienst. We zorgen er altijd voor dat ze ergens kunnen wonen, eten en zichzelf kunnen schoonmaken”(IT).

- "Ik heb veel voorbeelden van goede praktijken; de ene is Alexandra die naar Italië kwam toen ze 6 was. Ze gaf nooit op en daagde zichzelf altijd uit. De taalbarrière was en is nooit een probleem geweest, ze leerde Italiaans, maar spreekt perfect Engels en Pools. Ze geeft Engelse les aan Italianen. Ik bewonder haar vanwege haar overlevingsgevoel en de nooit eindigende energie van betere tijden en hoop”(IT).

- "Mijn moeder begon af te wassen en huizen schoon te maken toen ze in Italië aankwam, nu verkoopt ze borden en borden en heeft ze haar eigen bedrijf" (IT).

- "Mijn lerares Cigdem raadde ons aan om nooit op te geven, en ze werd dit altijd in haar leven toegepast. Ze kon geen baan vinden om geld te verdienen, maar ze begon de migrantenkinderen om zich heen te helpen. Ze verdiende haar leven met de steun van de gezinnen die hun kinderen door haar hulp lieten opvoeden. Nu heeft ze haar eigen plek waar ze zoveel mogelijk kinderen kan helpen. Ze gaf nooit op en leerde ons niet op te geven”(TR).

Hoofdstuk 7 Algemene introductiehandleiding voor jonge migrerende ondernemers

Het Young Migrant Entrepreneurs (YME) -project heeft een gids voor jonge ondernemers uitgebracht. Binnen de EU vormen jonge migranten een belangrijke groep van potentiële ondernemers, maar ze kunnen, net als andere kwetsbaardere groepen, met specifieke juridische, culturele en taalkundige obstakels worden geconfronteerd. We hebben deze kwesties zo volledig mogelijk aangepakt om de jonge ondernemer te ondersteunen waar en wanneer we maar kunnen.

Gelukkig zijn er in de EU heel wat initiatieven die jonge ondernemers met een migratie achtergrond ondersteunen, maar wij zijn van mening dat dit Green Book, bestaande uit ondersteuningspakketten voor jonge ondernemers en jeugdwerkers en alle tips en trucs die worden geboden een meerwaarde zijn.

Zelfstandig leren kan een uitdaging zijn, zelfs voor de slimste en meest gemotiveerde jonge ondernemer. We hebben de ondersteuningspakketten voor jonge migrantenondernemers en jeugdwerkers in het YME Green Book opgebouwd rond de vier belangrijkste fasen van onafhankelijk leren, bekend als zelfgestuurd leren:

- * Ben je klaar en gemotiveerd om te leren en hard te werken om ondernemer te worden?
- * Ondernemersdoelen stellen
- * Betrokken zijn bij het ondernemersproces; en
- * Ondernemend leren evalueren

De gids voor jonge ondernemers is noodzakelijk

Een Ondernemerschap Gids voor jonge migranten is nodig, omdat:

- Het beschikbaar is voor jonge migranten wanneer ze het nodig hebben;
- Het een referentiebasis is voor alle leersessies over ondernemerschap;
- Het systematiseert de vaardigheden en kennis over ondernemerschap aangepast aan het beschouwde onderwijssegment;
- Het mogelijk maakt ervaringen tussen projectpartners te vergelijken.

De volgende hoofdstukken zijn opgenomen in de Ondernemerschap Gids voor jonge migranten:

*Proloog

Een introductie.

*Hoofdstuk 1 - Een Ondernemers Droom

Een hoofdstuk voor inspiratie en zelfmotivatie.

*Hoofdstuk 2 - Een Ondernemers Assessment

Ben jij een ondernemer? Welke vaardigheden heb je nodig om een goede ondernemer te zijn?
Een behoefteanalyse.

*Hoofdstuk 3 - Van dromen naar ideeën tot bedrijf

Hoe je dromen in ideeën en ideeën in dromen kunt veranderen.

*Hoofdstuk 4 - Hoe zet ik een bedrijf op

Dromen en ideeën kunnen alleen worden gerealiseerd door middel van een bedrijfsplan.

*Hoofdstuk 5 – Ondernemers wetten, regels, voorschriften en belastingen

De wetten, regels, voorschriften en belastingen uitgelegd voor een jonge ondernemer in elk
YME-land: Turkije, Nederland, Verenigd Koninkrijk, Roemenië en Italië.

*Hoofdstuk 6 - Tips en tricks

Tips en Tricks (door middel van animatie) voor jonge ondernemers.

*Hoofdstuk 7 - F.A.I.L. (FIRST ATTEMPT IN LEARNING)

Je zou mislukking moeten zien als een kans om te leren en te groeien.

*Hoofdstuk 8 - Leren netwerken

Als je leert netwerken, leer je ook je persoonlijke leven en zaken te verbeteren.

*Hoofdstuk 9 - Marketing en communicatie

Bewustwording, communicatie en marketing zijn essentieel voor elk succesvol bedrijf.

Hoofdstuk 8 Een ondernemersdroom

In dit hoofdstuk hebben we een selectie gemaakt uit de inspirerende video's om het bewustzijn te promoten en te vergroten en jonge migranten tot ondernemerschap te lokken. Een uitgebreide versie van dit hoofdstuk is te vinden in hoofdstuk 1 van de Gids voor jonge migrantenondernemers.

Films over het beste Ondernemerschap

Wat zijn de beste # ondernemersfilms aller tijden? Hieronder 5 films, persoonlijk uitgekozen, om te bekijken. Plezierig en vol met ondernemerslessen en kwaliteiten die je nodig hebt om te slagen! Mis onze lijst niet. Maar kijk en lees de geleerde lessen!

1. Het streven naar geluk

Deze film vertelt het verhaal van Chris Gardner, een Amerikaanse zakenman en motiverende spreker. De film nam wat vrijheden met Gardners ware levensverhaal, maar vertelt in wezen dat je moet nastreven ..., hoe moeilijk het ook wordt, je moet doorgaan en niet opgeven. Veel vertrouwen in jezelf hebben is essentieel om te slagen als ondernemer: 'Laat niemand vertellen dat je iets niet kunt. Als je een droom hebt, moet je die beschermen. Als je iets wilt, ga het halen'. Het levensverhaal van Chris Gardner is een ware inspiratiebron! #MustSee!

2. Het Sociale Netwerk

In 2003 vindt Harvard-student Mark Zuckerberg Facebook uit. Het wordt al snel een wereldwijd fenomeen en een revolutie in communicatie. Zes jaar later is Mark de jongste miljardair in de geschiedenis, maar niet zonder juridische complicaties. The Social Network (2010) vertelt het ondernemersverhaal van Facebook.

3. Steve Jobs

De film van Steve Jobs (24 februari 1955 - 5 oktober 2011), de personificatie van Icon Apple, een Amerikaanse zakenmagnaat, industrieel ontwerper, investeerder en media-eigenaar, met Syrische roots. Hij was de voorzitter, chief executive officer (CEO) en mede-oprichter van Apple Inc., de voorzitter en meerderheidsaandeelhouder van Pixar, een lid van de raad van bestuur van The Walt Disney Company na de overname van Pixar, en de oprichter, voorzitter, en CEO van NeXT. Jobs wordt algemeen erkend als een pionier van de personal computerrevolutie van de jaren 70 en 80, samen met Apple mede-oprichter Steve Wozniak.

4. The Big Short

The Big Short (2015) is een ondernemersfilm, die het meest de sfeer van de huidige #Corona #Crisis-situatie weergeeft. Het is gebaseerd op het boek The Big Short: Inside the Doomsday

Machine uit 2010 van Michael Lewis, dat laat zien hoe de financiële crisis van 2007-2008 werd veroorzaakt door de huizenbubbel in de Verenigde Staten.

5. The Founder

The Founder (2016) is een biografische komedie-dramafilm geregisseerd door John Lee Hancock en geschreven door Robert Siegel. Met Michael Keaton als zakenman Ray Kroc in de hoofdrol, portretteert de film het verhaal van zijn oprichting van de fastfoodrestaurantketen McDonald's.

Ben je na het bekijken van deze films geïnteresseerd, opgewonden en gemotiveerd om als ondernemer te beginnen?: Zorg ervoor dat je een ondernemerszelfevaluatie doet om je ondernemersvaardigheden te achterhalen.

Ga naar de self-assessment!

Onthoud altijd Waarom wil je ondernemer worden?!

Motivatie is de sleutel!

De 5 meest inspirerende YouTube-video kanalen voor ondernemers!

De Top 5 YouTube kanalen zijn:

1. **Business Casual**

Business Casual heeft een missie om de volgende generatie leiders op te leiden en te inspireren.

2. **Startup stories**

Startup Stories, een one-stop-bestemming om je de complete reis te brengen over succesvolle ondernemers en oprichters, die zichzelf vestigden met hun innovatieve ideeën.

3. **Silicon Valley Girl**

Silicon Valley Girl is een kanaal van Marina Mogilko. bouwbedrijven en over haar persoonlijke merk!

4. **TEDx Talks**

TEDx is een internationale gemeenschap die overal en altijd TED-achtige evenementen organiseert - lokaal aangestuurde ideeën viert en deze naar een wereldwijd podium verheft.

5. **Hubspot**

Laat uw carrière en uw bedrijf groeien Til uw professionele vaardigheden naar een hoger niveau met gratis, online training van HubSpot Academy. Van snelle, praktische cursussen tot uitgebreide certificeringen.

YouTube kiest voor ondernemerschap, innovatie en inspiratie.

Hieronder nog vijf YouTube-keuzes over ondernemerschap. Meer video's zijn te vinden in hoofdstuk 1 van de Gids voor jonge migrantenondernemers.

1. Hoe u kunt leren van afwijzing en mislukking

Jia Jiang gaat moedig op avontuur in een gebied waar velen van ons bang voor zijn: afwijzing. Door 100 dagen lang afwijzing te zoeken - van een vreemdeling vragen om \$ 100 te lenen tot het aanvragen van een 'hamburger bijvullen' in een restaurant - maakte Jiang zichzelf ongevoelig voor de pijn en schaamte die afwijzing vaak met zich meebrengt en ontdekte daarbij dat simpelweg vragen van wat je wilt, mogelijkheden kan openen waar je verwacht doodlopende wegen te vinden.

2. Start met Waarom

Simon Sinek legt uit dat er een patroon is over waarom Apple zo innovatief is, waarom Martin Luther King zo inspirerend was ('Het was: ' Ik heb een droom! " Ik heb geen plan '): alle grote bedrijven en leiders denken, handelen en communiceren op dezelfde manier. Het heet de Gouden Cirkel. Het draait allemaal om waarom? Hoe? Wat? Als mensen geloven in wat je doet, zul je succesvol zijn. Waarom? Hoe? Wat? Please Watch!

3. Steve Jobs 2005 Stanford Aanvangstoespraak

Op basis van enkele van de meest cruciale punten in zijn leven, spoorde Steve Jobs, CEO en mede-oprichter van Apple Computer en Pixar Animation Studios, afgestudeerden aan om hun dromen na te jagen en de kansen te zien van tegenslagen in het leven - inclusief de dood zelf - bij de 114e aanvang van de universiteit op 12 juni 2005.

Steve Jobs vertelt drie levensverhalen:

1. Een verhaal over het verbinden van de punten
2. Een verhaal over liefde en verlies: ga voor je passie, neem geen genoegen met minder
3. Een verhaal over de dood: uw tijd is beperkt: verspil het niet, leef het leven van iemand anders.

4. Waarom startups slagen

Deze video onderzoekt de redenen achter het mislukken of slagen van het opstarten. De spreker stelt dat de belangrijkste succesfactoren zijn: het idee, het team, het bedrijfsmodel, de financiering en de timing. De meest invloedrijke van deze factoren zijn de timing [42%] en het team [32%].

5. Vluchtelingen & ondernemerschap & Turkije: vanaf nul beginnen

De video geeft een samenvatting van en onderzoekt de problemen en obstakels in het echte leven die individuen zoals vluchtelingen kunnen tegenkomen die hun leven in het buitenland moeten herbouwen.

De 3 beste ondernemende podcasts?

Verwerf inzichten over ideeën, innovatie, leiderschap en productiviteit uit één-op-één gesprekken tussen topondernemers. Hieronder heeft YME een lijst met 3 podcasts samengesteld om ondernemers te helpen bij het bouwen, balanceren, groeien en u op weg te helpen:

1. The Tim Ferriss Show

Het baanbrekende boek van Tim Ferriss, *The 4-Hour Workweek*, heeft de manier veranderd waarop veel ondernemers en professionals omgaan met hun tijd en productiviteit. Tim brengt dezelfde boeiende inhoud naar de podcast van The Tim Ferriss Show.

2. Stanford Entrepreneurial Thought Leader Series

Als je een voorliefde hebt voor academisch denken en wilt leren van ondernemers wiens namen je dagelijks leest, probeer dan de podcastserie van Stanford University, *Entrepreneurial Thought Leaders*. Met gasten, waaronder de beroemde Stanford-faculteit en bekende durfkapitalisten, bevatten de afleveringen serieuze waarde en kennis in brokken van een uur.

Mis het niet: de toekomstgerichte discussie met Elon Musk.

3. EntreLeadership

Als een betere leider worden een prioriteit is, abonneer je dan op EntreLeadership, een podcast met gasten als Mark Cuban en Simon Sinek. Door onderwerpen aan te pakken die variëren van bedrijfscultuur tot geld, leidt de gastheer Ken Coleman op meesterlijke wijze interviews, brengt doordachte inzichten en nuttig advies naar voren waarvan bijna elke ondernemer zal profiteren.

Hoofdstuk 9 Beoordeling van ondernemersvaardigheden

Ben jij een ondernemer en wat voor vaardigheden heb je nodig om een goede ondernemer te zijn? Wat maakt iemand een succesvolle jonge ondernemer?

De belangrijkste kwaliteiten zijn eigenschappen zoals creativiteit, het vermogen om door te gaan in tijden van ontbering en de sociale vaardigheden die nodig zijn om geweldige teams op te bouwen ... Als je een bedrijf wilt starten, is het essentieel om de specifieke vaardigheden te leren die aan deze kwaliteiten ten grondslag liggen.

Sommige experts beschouwen ondernemers als mensen die bereid zijn risico's te nemen die andere mensen niet zijn. Anderen definiëren hen als mensen die succesvolle bedrijven starten en bouwen. Als we nadenken over de eerste van deze definities, betekent ondernemerschap niet noodzakelijk het starten van een eigen bedrijf. Veel mensen die niet voor zichzelf werken, worden binnen hun organisatie erkend als ondernemer (we noemen deze mensen intrapreneurs).

Ongeacht hoe je een "ondernemer" definieert, één ding is zeker: een succesvolle ondernemer worden is niet eenvoudig. Wat de definitie van ondernemerschap je niet vertelt, is dat ondernemerschap is wat mensen doen om hun carrière en dromen in handen te nemen en deze in de richting van hun eigen keuze te leiden. Het gaat erom een leven op te bouwen op uw eigen voorwaarden. Geen bazen. Geen beperkende schema's. En niemand houdt je tegen. Ondernemers kunnen de eerste stap zetten om van de wereld een betere plek te maken, voor iedereen.

Zelfevaluatie door ondernemers

De reis van de jonge migrantenondernemers begint altijd met de EC-link <https://ec.europa.eu/migrantskills/#/> en het aangemaakte bestand, dat de jonge migrant zal produceren, zal worden geüpload als een bestand met abonnement op onze YME Portaal.

Ons portaal biedt jongeren een gratis psychometrisch beoordelingsinstrument om hun eigen zakelijke vaardigheden te beoordelen. De YME-zelfevaluatie-activiteit is het onderzoeken van zichzelf om bepaalde aspecten te beoordelen. Het kan worden uitgevoerd om de eigen identiteit vast te stellen, bepaalde behoeften te bepalen (leren, enz.) Of om zelfverzekerdheid te bevorderen. Een hoofdaspect van elke zelfbeoordelingsactiviteit is de eerlijkheid waarmee deze wordt toegepast. Als de persoon zichzelf overgeeft, zullen de resultaten van zelfevaluatie onjuist zijn.

Eerlijkheid is erg belangrijk bij Zelfevaluatie

Het doel van zelfevaluatie is om de jongere te helpen de omvang van zijn capaciteiten te kennen en deze te verbeteren zonder de noodzaak van een functioneringsdeskundige. Het gaat om het gebruik van vragen zoals; wat zijn mijn sterke punten; wat zijn de obstakels, etc. Zoals hierboven aangegeven, is de eerlijkheid van de personen die zelfevaluatie uitvoeren belangrijk om betrouwbare resultaten te verkrijgen. Ook kan de locus of control de resultaten van zelfevaluatie beïnvloeden.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Personen met een hoge locus of control hebben de neiging om fouten te maken tijdens zelfevaluatie. De YME psychometrische beoordeling is een procedure die u zal helpen uw ondernemersprofiel, en dus uw professionele doelen, beter te definiëren, een bedrijf op te zetten of te starten.

Hoofdstuk 10 Dromen in ideeën veranderen en ideeën in dromen veranderen

Paul McCartney (Yesterday), John Lennon (# 9 Dream), Salvador Dali (Persistence of Memory) en Christopher Nolan (Inception), Stephen King (Dreamcatcher): slechts een paar beroemde mensen die allemaal ideeën uitwerkten die in hun dromen begonnen...

Maar het gaat niet alleen om dromen. Het gaat erom dat jij je ideeën omzet in je droombedrijf! Om ervoor te zorgen dat wanneer jouw bedrijf van start gaat, het op korte termijn kan overleven, maar ook in staat is om de lange termijn Dream Business te realiseren die je in jouw gedachten hebt ontworpen!

Op een dag zal officieel moeten worden toegegeven dat wat we de werkelijkheid hebben gedoopt een nog grotere illusie is dan de wereld van dromen, ”

Dali

“Dromen zijn een krachtige vorm van bewustzijn”

Edgar Allan Poe

Het is ‘Ik heb een droom, niet ik heb een plan!’

Simon Sinek

Het belang van een idee

Zonder ideeën wordt er geen vooruitgang geboekt, zal er niets veranderen, de menselijke ontwikkeling staat stil. Maar ideeën kunnen nergens heen tenzij ze worden gerealiseerd en uitgevoerd. En je kunt niets doen zonder het oorspronkelijke idee:

“Ideeën maken de wereld, want ze zijn de gids voor toekomstige beoefening. Zelfs de zwakste ideeën die zijn geworteld in vooroordelen en onwetendheid, schrijven geschiedenis en vormen een openbare cultuur ... Ideeën worden, wanneer ze worden gemobiliseerd, de sjablonen van denken en oefenen.” [Ash Amin & Michael O’Neill in Thinking About Almost Everything]

De mogelijkheden om waarde te creëren en deze aan mensen te leveren zijn eindeloos - zolang je de problemen waarmee de gewone man wordt geconfronteerd kunt identificeren en unieke

ideeën hebt over hoe je ze kunt aanpakken. Ondernemerschapskansen zijn overal aanwezig waar je tegenwoordig kijkt, hoewel soms weliswaar aan het zicht onttrokken.

Het begint allemaal met het Brand 'I'

Uitgangspunt is wie je bent: 'Wie ben ik?'

De eerste taak is om jezelf te kennen. Als je jezelf kent, zul je begrijpen waar je van houdt en dan kun je beginnen met doen waar je van houdt: dus het begint allemaal met het Brand 'I'

Het is jouw taak om jezelf te ontdekken en je eigen merk en je eigen ideeën als ondernemer vorm te geven. Maar het Brand 'I' is natuurlijk onder invloed van ouders, leeftijdsgenoten, leraren, trainers, vrienden, familie, enz..

Er is een probleem met het Brand 'I' en het hebben van te veel ideeën ... Mensen raken in de war. Je moet je dus aan een bepaald framework / format houden, zodat ze herkennen dat jij het bent, het is jouw bedrijf ...

Zelfevaluatie

Laten we beginnen met de meest fundamentele vraag: waarom wil je een bedrijf starten? Gebruik deze vraag om te bepalen wat voor soort bedrijf je wilt starten. Als je extra geld wilt, moet je misschien een bijbaan nemen. Als je meer vrijheid wilt, is het misschien tijd om je 9-tot-5-baan te verlaten en iets nieuws te beginnen. Als je de reden weet waarom, begin jezelf dan nog meer vragen te stellen om je te helpen erachter te komen welk type bedrijf je moet starten en of je hebt wat nodig is:

- * Welke vaardigheden heb je?
- * Waar ligt je passie?
- * Wat is je expertisegebied?
- * Hoeveel kun je jezelf veroorloven te besteden, wetende dat de meeste bedrijven falen?
- * Hoeveel kapitaal heb je nodig?
- * Wat voor soort levensstijl wil je leven?
- * Ben je klaar om ondernemer te worden?

Hoe ontstaan de beste ideeën?

(Gebrek aan) Kennis

Wat je leest en bewaart, heeft mogelijk invloed op wat je daarna leest en bewaart. Het voortdurende, holistische proces geeft ieder van ons een uniek uitzichtpunt. Geen wonder dat we zulke uiteenlopende meningen hebben. Met een algemene verkiezingscampagne in volle gang, kun je meningen niet vermijden. Persoonlijke opvattingen, officiële lijnen, analyse van het grote geheel, evaluatie van kleine punten...

Meningen zijn belangrijk omdat ze helpen onze ideeën vorm te geven. Lezen is ook belangrijk omdat we tijdens het proces andere meningen en ideeën leren kennen. We kunnen onze eigen conclusies niet trekken als we niet lezen over andere ideeën die er zijn.

De beste ideeën komen voort uit het analyseren van de eigen behoeften waaraan nog niet (geheel of gedeeltelijk) is voldaan. In het geval van jonge ondernemers met een migratie achtergrond kunnen ideeën voortkomen uit het onderzoeken van culturele en andere verschillen tussen het land van herkomst en het gastland. En klassieke ideeënbronnen voor ondernemers zijn veranderingen in demografische structuur; de nieuwe technologieën; wetswijzigingen; en veranderingen in levensstijl.

Structureer het idee rekening houdend met tijd en geld. Denk na over verkoopstrategieën - digitale ontwikkeling - logistiek - cashflow - communicatie - cultuur en juridisch - personeel / hulp. Moet je geld investeren? Hoe lang duurt het voordat er geld binnenkomt? Je hebt cashflow nodig! Je moet de rekeningen betalen en eten.

Ideeën en uw doelgroep

Jouw ideeën moeten bij je doelgroepen worden gepitcht. Een doelmarkt verwijst naar een groep potentiële klanten aan wie een bedrijf zijn producten en diensten wil verkopen. Deze groep omvat ook specifieke klanten op wie een bedrijf zijn marketinginspanningen richt. Een doelmarkt is een onderdeel van de totale markt voor een product of dienst.

* Bedenk een bedrijfsidee.

Heb je al een geweldig bedrijfsidee? Zo ja, gefeliciteerd! Zo niet, dan zijn er tal van manieren om te beginnen met brainstormen voor een goed idee. Dit Green Book helpt mensen potentiële zakelijke ideeën op te splitsen. Aan wie wil je verkopen? Dit is je doel als bedrijf.

Hier zijn een paar aanwijzingen:

* Vraag jezelf af wat de toekomst biedt?

Welke technologie of vooruitgang komt er binnenkort, en hoe zal dat het zakelijke gebied zoals we dat kennen veranderen? Kun je voorop lopen?

* Los dingen op die je irriteren.

Mensen hebben liever minder van het slechte dan meer van het goede. Als je bedrijf een probleem voor jouw klanten kan oplossen, zullen ze je daar dankbaar voor zijn.

* Pas je vaardigheden toe op een geheel nieuw vakgebied.

Veel bedrijven en bedrijfstakken doen de dingen op één manier, want dat is de manier waarop ze altijd zijn gedaan. In die gevallen kan een frisse blik vanuit een nieuw perspectief het verschil maken.

* Gebruik de betere, goedkopere en snellere aanpak.

Heb je een zakelijk idee dat niet helemaal nieuw is? Denk dan eens na over het huidige aanbod en concentreer je op hoe je iets beters, goedkoper of sneller kunt maken.

* Ga op pad om mensen te ontmoeten en hen vragen te stellen, advies in te winnen bij andere ondernemers, online ideeën te onderzoeken of de methode te gebruiken die voor jou het meest logisch is.

Als het bedrijfsidee eenmaal is geïdentificeerd, betekent dit niet dat het een deugdelijk idee is. Het idee moet worden geverifieerd: of er een markt is die groot genoeg is om investeringen en periodieke uitgaven te dekken; of het voldoet aan de geldende wetten; of financiering kan worden verkregen enz.

Bron: "8 Ways to Come Up With a Business Idea by Jane Porter"

Marktonderzoek.

Begin met het onderzoeken van je potentiële rivalen of partners op de markt met behulp van deze gids. Het geeft een overzicht van de doelstellingen die je nodig hebt om je onderzoek te completeren en de methoden die je daarvoor kunt gebruiken. Je kunt bijvoorbeeld telefonisch of persoonlijk interviews afnemen. Je kunt ook enquêtes of vragenlijsten aanbieden die vragen stellen zoals:

* "Met welke factoren hou je rekening bij het kopen van dit product of deze service?" en

* "Welke gebieden zou je ter verbetering voorstellen??"

Even belangrijk zijn de drie meest voorkomende fouten die mensen maken bij het starten van hun marktonderzoek, namelijk:

- Alleen secundair onderzoek doen.
- Alleen online bronnen gebruiken.
- Alleen de mensen die je kent enqueteren.

Willen de klanten het?

Dit kan een relevante vraag zijn, al zullen Ford (Ford-T) en Steve Jobs (Apple) je anders vertellen... in het begin wisten de klanten niet wat ze wilden. Uiteindelijk wilden ze het...

Je idee kan geweldig zijn, maar timing is ook relevant:

Het miljardenbedrijf Free Record Shop in Nederland ging failliet en hield vast aan het oude concept van de verkoop van cd's en video's... ze hadden de eerste visie, verkopen op het net (zoals Amazon). Dit mislukte totaal in de jaren negentig... en ze lieten het idee varen als een mislukking. Eigenlijk was het nog niet het moment...

Feedback krijgen.

Voordat de ondernemer zijn / haar bedrijf start, dient hij / zij het idee te toetsen bij experts op het gebied, maar ook op het gebied van recht en fiscaliteit. De ondernemer moet bijvoorbeeld het type bedrijf kiezen (naamloze vennootschap, stichting, vereniging, enz.).

Laat mensen interactie hebben met uw product of dienst en kijk wat zij ervan vinden. Een frisse blik kan helpen om een probleem aan te wijzen dat u misschien hebt gemist. Bovendien worden deze mensen uw eerste Brand advocaten, vooral als u naar hun input luistert.

Zorg ervoor dat je jezelf niet omringt met negatieve mensen. Dat is geen goede omgeving om ideeën te ontwikkelen. Kies dus de juiste mensen voor feedback!

3 soorten mensen om je mee te omringen en om feedback van te krijgen zijn:

1. De geïnspireerde
2. De enthousiaste
3. De dankbare

Maak het officieel

Haal alle juridische aspecten vroegtijdig uit de weg. Een korte checklist met dingen die je kunnen ondersteunen, kan zijn:

- Bedrijfsstructuur (LLC, bedrijf of een partnerschap, om er maar een paar te noemen.)
- Bedrijfsnaam
- Registreer je bedrijf
- BTW-nummer
- Vergunningen
- Licentie
- Noodzakelijke bankrekening
- Handelsmerken, auteursrechten of patenten

Schrijf je bedrijfsplan.

Een bedrijfsplan is een schriftelijke beschrijving van hoe jouw bedrijf zal evolueren vanaf het begin tot het eindproduct. Een Bedrijfsplan omvat:

- * Samenvatting: Dit is een samenvatting op hoog niveau van wat het plan omvat, waarbij vaak wordt verwezen naar de bedrijfsbeschrijving, het probleem dat het bedrijf oplost, de oplossing en waarom nu
- * Bedrijfsbeschrijving: Wat voor soort bedrijf wilt u starten?
- * Hoe ziet uw branche eruit?
- * Hoe zal het er in de toekomst uitzien?
- * Marktstrategieën: Wat is je doelmarkt en hoe kun je het beste op die markt verkopen?
- * Competitieve analyse: Wat zijn de sterke en zwakke punten van jouw concurrenten? Hoe ga je ze verslaan??
- * Ontwerp- en ontwikkelingsplan: Wat is uw product of dienst en hoe zal het zich ontwikkelen? Maak vervolgens een budget voor dat product of die service
- * Bedrijfs- en managementplan: hoe functioneert het bedrijf dagelijks?

Hoofdstuk 11 Een bedrijf opzetten

Realistisch gezien is het registreren van uw bedrijf de eerste stap om het echt te maken. Neem, net als bij de persoonlijke evaluatiestap, de tijd om de voor- en nadelen van verschillende bedrijfsentiteiten te leren kennen. U hebt ook de juiste zakelijke licenties en vergunningen nodig. Afhankelijk van het bedrijf kunnen er ook stads-, provincie- of staatsvoorschriften zijn. We spraken over het omzetten van dromen in ideeën. Voor aanvang spreekt hij/zij met zijn/haar kennissen en, indien mogelijk, de specialisten uit het bedrijfsleven. Hij/zij moet ervoor zorgen dat de input van zijn gesprekspartners oprecht is en niet alleen welwillend. Ook mag de toekomstige ondernemer niet worden ontmoedigd door enkele negatieve meningen. Maar als de overgrote meerderheid van de meningen negatief is en de argumenten van de gesprekspartners solide en logisch zijn, dan betekent dit dat het idee geen potentie heeft. Anders kan je starten met het maken van een bedrijfsplan.

“Onze doelen kunnen alleen worden bereikt door middel van een plan, waarin we vurig moeten geloven en waarnaar we krachtig moeten handelen. Er is geen andere weg naar succes.”

Pablo Picasso

In de eenvoudigste bewoordingen is een bedrijfsplan een stappenplan - iets dat je zult gebruiken om te helpen jouw voortgang in kaart te brengen en dat de hoofdlijnen zal aangeven die je moet doen om jouw doelen te bereiken. In plaats van een bedrijfsplan te zien als een fors document dat je maar één keer zult gebruiken (misschien om een lening van een bank te krijgen), kun je het beschouwen als een hulpmiddel om te beheren hoe jouw bedrijf groeit en zijn doelen bereikt..

Wil je wat Tips en Tricks over Bedrijfsplanning: Het schrijven van een bedrijfsplan kan ontmoedigend lijken als je het nog nooit eerder hebt gedaan. Het is echter iets dat je jezelf niet kunt veroorloven om uit te stellen of te negeren. Het hebben van een gedegen bedrijfsplan is cruciaal voor het voortbestaan en de ontwikkeling van jouw bedrijf (zie ook hoofdstuk 4).

Hoewel je jouw bedrijfsplan misschien gebruikt als onderdeel van je pitch voor investeerders en banken en om potentiële partners en bestuursleden aan te trekken, zul je het voornamelijk gebruiken om jouw strategie, tactieken en specifieke uitvoeringsactiviteiten te bepalen, inclusief belangrijke mijlpalen, deadlines en budgetten en cashflow.

In feite hoeft het bedrijfsplan helemaal geen formeel document te zijn als je jouw plan niet aan buitenstaanders hoeft te presenteren. In plaats daarvan kan jouw plan een gestroomlijnd planningsproces volgen dat bestaat uit het maken van een pitch, het voorspellen van de belangrijkste bedrijfscijfers, het schetsen van de belangrijkste mijlpalen die je hoopt te bereiken, en regelmatige voortgangscontroles waarbij je jouw plan beoordeelt en herzielt..

Als je het niet aan investeerders presenteert, beschouw dit dan niet als een formele pitchpresentatie, maar als een overzicht op hoog niveau van wie jij bent, het probleem dat je oplost, de oplossing voor het probleem, je doelmarkt en de belangrijkste tactieken die je zult

gebruiken om jouw doelen te bereiken. Zelfs als je denkt dat je geen formeel bedrijfsplan nodig hebt, moet je het planningsproces toch doorlopen. Het proces zal helpen om gaten of gebieden te ontdekken waar je niet goed genoeg over nagedacht hebt. Als je een formeel bedrijfsplan moet schrijven, kun je ervoor kiezen om het onderstaande schema te volgen.

Het standaard bedrijfsplan omvat negen onderdelen:

1. De samenvatting
2. Doelmarkt
3. Producten en diensten
4. Marketing- en verkoopplan
5. Mijlpalen en statistieken
6. Bedrijfsoverzicht
7. Managementteam
8. Financieel plan
9. Bijlage

Als je gedetailleerde informatie wilt over het schrijven van een bedrijfsplan om aan banken of financiers te presenteren, zijn er tal van online bronnen, waaronder onze eigen uitgebreide gids.

Op ons platform en onze website vindt je ook honderden voorbeeldplannen voor specifieke branches. Gebruik ze, maar bereid je voor om ze aan jouw specifieke behoeften aan te passen. Geen twee bedrijven zijn hetzelfde! Er zijn verschillende methoden die de ondernemer helpen bij het opbouwen van zijn/haar bedrijf: Lean Start-up, Business Canvas Model, Design Thinking, etc. Hieronder geven we je twee voorbeelden van een Bedrijfsmodel.

Het is altijd raadzaam om de specialisten op het gebied van recht en fiscaliteit te raadplegen. Een specialist heeft een goed gestructureerde visie op het gebied en een waardevolle ervaring, dus hij/zij vertegenwoordigt een competente en betrouwbare bron, die zich kan concentreren op de significante details voor de ondernemer. Deze specialisten kunnen de levensvatbaarheid van het bedrijfsidee bevestigen, maar ook zeer nuttige tips geven, zoals waar je het beste jouw bedrijf kunt openen of de vereisten waaraan moet worden voldaan om bepaalde juridische voordelen te verkrijgen. Na overleg met de juridische en fiscale specialisten heeft de ondernemer een veel duidelijker beeld van zijn bedrijf. Op dit punt begint de ondernemer na te denken over de vorm van juridische organisatie van zijn bedrijf (individueel ondernemerschap, BV, etc.). Deze vormen zijn specifiek per land.

De ondernemer kan zijn/ haar bedrijf ontwikkelen op basis van intuïtie, maar de kans op succes is erg laag. Je kunt het beste een succesvol geteste methode toepassen, zoals Lean Startup of het Business Model Canvas, zoals hieronder wordt uitgelegd.

Business Canvas in een notendop

Het Business Canvas werd voorgesteld door Alexander Osterwalder op basis van zijn boek Business Model Ontology en management Information Systems (A. Osterwalder, Y. Pigneur); het is een model dat kan helpen om alle stappen die moeten worden genomen om een nieuw bedrijf te openen en het te ontwikkelen, beter voor te stellen. In eerste instantie lijkt het een complex model, maar in werkelijkheid is het heel eenvoudig en effectief. Natuurlijk heeft het maken van een Business Canvas tijd en een goede programmering nodig, rekening houdend met alle partijen die bij het project betrokken zijn, hun standpunt en hun ideeën..

Om het business canvas te vullen is het belangrijk om een duidelijk idee te hebben van wat het bedrijf wil aanbieden (diensten/producten), dus waar het bedrijf over gaat en om de verschillende stappen van het canvas voor te stellen in 2 hoofdzijden: aan de linkerzijde de creatieve kant, aan de rechterzijde de onderhoudende kant.

Stap 1: Doelgroep

De eerste stap om jouw bedrijf op te zetten, is om duidelijk te definiëren wat jouw doelgroep is. De doelgroep moet zo specifiek mogelijk zijn om producten of diensten te ontwikkelen die passen bij de behoeften van de doelgroep, ervoor te zorgen dat deze door hen worden gebruikt/geconsumeerd en dus de maximale winst te verzekeren. Bij het bepalen van de doelgroep moet rekening worden gehouden met verschillende kenmerken (leeftijd, geslacht, interesses, land, economisch niveau, enz.).

Om te bepalen hoe aantrekkelijk jouw potentiële markt werkelijk is (je eigen wensen op dit moment buiten beschouwing gelaten), raden we je aan een marktanalyse uit te voeren. Het zal jouw onderzoek begeleiden terwijl je nadenkt over: hoe dringend hebben mensen het ding nodig dat je op dit moment verkoopt of aanbiedt? Wat is de marktomvang?; Betalen er al veel mensen voor producten of diensten die vergelijkbaar zijn met die van jou? Weet je al wie precies jouw doelgroep op de markt is? Hoe gemakkelijk is het (en hoeveel kost het je) om een klant te werven?

Stap 2: Wat is de waarde van je propositie?

Wat heeft mijn product/dienst nodig om uit te kunnen voeren? Dit zijn de belangrijkste vragen die beantwoord moeten worden in deze stap dus de focus ligt op de toegevoegde waarde van jouw product/dienst, waarom zouden mensen het moeten kopen.

Stap 3: Waar verdien je geld aan?

Je moet precies afbakenen van waaruit je winst gaat maken, want wat je verdient, moet worden afgewogen tegen je kosten om echte winst te genereren. Doe je dit alleen via het ene product/dienst of voor meer activiteiten die je in jouw aanbieding wilt opnemen?

Stap 4: Verandering in de behoeften.

Je moet voorbereid zijn op veranderingen. De economische, politieke, sociale en persoonlijke situatie van de klanten kan van invloed zijn op hun behoeften en daarmee op jouw werk. Het is belangrijk om van tevoren te plannen (wat er logischerwijs in de toekomst kan gebeuren) om de situatie van verandering correct onder ogen te zien. Een goed programma moet het overwegen van mogelijke gebeurtenissen omvatten, zodat ze goed kunnen worden aangepakt.

Stap 5: Kanalen - Hoe bereik ik het doel?

Deze stap is de sleutel en kan worden onderverdeeld in 2 sub stappen:

1. Fysiek bereik - hoe gaat u uw dienst/product leveren (d.w.z. winkel, detailhandelaar, online, enz.);
2. Bewustwording - Hoe ga je ervoor zorgen dat je doelgroep iets over jou weet? Hoe ga je zijn interesse wekken en behouden? Deze tweede sub stap moet verder worden uitgewerkt in de marketingstrategie.

Stap 6: Kern van het bedrijf - Wat doe je?

In deze stap moet je je voorstellen wat je belangrijkste activiteiten zullen zijn. Plannen wat je gaat doen is ook van fundamenteel belang om de kosten te bepalen.

Stap 7: Resources.

Beschik je al over middelen of moet je deze aanschaffen?

Stap 8: Partners

Om een bedrijf te ontwikkelen, heb je mogelijk de steun (financieel, intellectueel, middelen, enz.) nodig van andere bedrijven of mensen (misschien experts) die met je gaan samenwerken. Bij het zoeken naar een partner is het belangrijk om met hem/haar een goede relatie op te bouwen die gebaseerd moet zijn op duidelijke regels (schriftelijk overeengekomen voor aanvang van het partnerschap) en vertrouwen, dat alleen kan ontwikkelen met de tijd.

Stap 9: Kosten

Deze stap is erg belangrijk omdat het evenwicht met de inkomens de echte winsten zal vormen. Het is belangrijk om alle kosten voor elke geplande activiteit in detail te beschrijven, van de

hogere tot de lagere. Het is belangrijk om in de kosten ook een bedrag op te nemen dat in geval van nood kan worden aangewend.

Lean StartUp (Explained)

Lean Startup is een methode voor bedrijfsontwikkeling die is ontworpen om de productontwikkelingscyclus te verkorten en het risico op mislukking te minimaliseren. De Lean Startup-methode is gebaseerd op experimenten, herhaalde kleinschalige productlanceringen in verschillende stadia van voltooiing, continue raadpleging van het beoogde marktsegment en gevalideerde bevindingen. De methode (The Lean Startup) van Eric Ries (laat toe om het succes aan het eind te meten (via verkoop). De methode voorkomt ook dat de verkeerde richting uitgaat en voorkomt het vroegtijdig uitgeven van grote bedragen.

Een centraal probleem van de startup dat met de grootste aandacht moet worden behandeld, is het begrip van de klant. Meestal hebben startups die op aannames vertrouwden, ongeldig verklaard door objectieve marketingmethoden, gefaald. De meest voorkomende fout in deze gevallen is de egocentrisme van de ondernemer die gelooft dat zijn/haar behoeften en verwachtingen ook die van het klantsegment zijn. Een ondernemer moet weten wat consumenten echt willen, niet wat ze zeggen te willen, en ook niet wat de ondernemer vindt dat ze zouden moeten willen.

Als de mening van de consument wordt verwaarloosd en de ondernemer de verkeerde kant op gaat, zijn alle inspanningen duidelijk tevergeefs en zijn de bijbehorende kosten verspild. Bovendien moeten de behoeften van de consument (d.w.z. degene die echt belangrijk voor hem/haar zijn) prioriteit krijgen, zodat de meeste inspanningen gericht zijn op de belangrijke behoeften van de klant. De kern van het idee van Lean Startup is de vraag: Welke van de geleverde inspanningen zijn waarde creaties en welke vertegenwoordigen simpelweg verliezen? Waarde creatie verwijst rechtstreeks naar dat functies en kenmerken voordelen opleveren voor de consument.

Met betrekking tot het belang van constant experimenteren, bevelen de Lean Startup-experts aan om de startup of het product ervan te behandelen als een wetenschappelijk experiment, met hypothesen die moeten worden geverifieerd door experimenten. Een van de eerste acties van de ondernemer is de uitsplitsing van zijn/haar visie op zaken in zijn samenstellende elementen. Als een onderdeel een aanname is, moet het worden getest.

De Lean Startup-methode kent de volgende stappen:

- Ontwerpen van het bedrijfsmodel;
- Ontwikkeling van het consumentensegment;;
- Bewaken van de voortgang van het opstarten.

Ontwerpen van het bedrijfsmodel (in Lean Startup)

Een bedrijfsmodel is een abstracte weergave van een bedrijf (in tekstuele en/of grafische vorm) van alle organisatorische, operationele en financiële structuren die essentieel zijn voor het functioneren van het bedrijf, ontworpen en ontwikkeld door een bedrijf (momenteel, maar ook in de toekomst), evenals de basisproducten/diensten die door het bedrijf worden vervaardigd/gedistribueerd/op de markt worden gebracht om de strategische doelstellingen te bereiken. Met andere woorden, het bedrijfsmodel geeft aan: de capaciteiten en middelen die nodig zijn om het bedrijf te runnen; hoe de geproduceerde waarde wordt gecreëerd en op de markt wordt gebracht; financiële stromen.

Het bedrijfsmodel moet duidelijk zijn en het mogelijk maken om de toekomstige ontwikkeling van het bedrijf te observeren. Het bijzondere belang van het bedrijfsmodel wordt gegeven door het gebruik ervan in de acties om de financiering te verkrijgen. Op basis van het bedrijfsmodel wordt de strategie van het bedrijf en vooral hoe het bedrijf waarde produceert voor klanten en hoe het voor zichzelf inkomsten genereert, vastgesteld.

Het is gebleken dat bedrijven die innoveren op het niveau van het bedrijfsmodel een hogere groeisnelheid hebben dan bedrijven die alleen innoveren of alleen een bekend bedrijfsmodel kopiëren. De niveaus waarop het bedrijfsmodel wordt geïnnoveerd, kunnen zijn:

- Financieel (het verandert de manier waarop de bedrijfsinkomsten worden gegenereerd door middel van nieuwe waardeproposities of nieuwe modellen die worden voorgesteld om de productprijs vast te stellen);
- Als bedrijf (heroverweegt de manier waarop de waarde binnen het bedrijf wordt gegenereerd, wat resulteert in de herziening van interne procedures en samenwerkingsprotocollen);
- Als een industrie (het bedrijfsmodel vertegenwoordigt een innovatie op het niveau van de economische sector of, zelden, wordt er een nieuwe economische tak geboren).

Het wordt aanbevolen om deze stappen (vertegenwoordigd door belangrijke vragen) te volgen bij het invullen van het bedrijfsmodel format om beter te begrijpen hoe het bedrijf wordt uitgevoerd:

- Hoe bereik je klanten? (methoden, tijdrovend, betrokken personen)
- Als het klantcontact eenmaal tot stand is gebracht, hoe wordt het contact onderhouden en hoe worden de klantrelaties beheerd?
- Hoe wordt het inkomen gegenereerd?
- Wat is de prijs/opbrengst van het aangeboden product/dienst?
- Kunnen de bedrijfsopbrengsten worden berekend met een benaderende nauwkeurigheid voor de volgende maand, half jaar of jaar?
- Welke activa (financieel, materialen, logistiek, etc.) zijn toegankelijk?
- Wie zijn de belangrijkste partners?
- Welke kernactiviteiten zijn nodig om de waardepropositie te realiseren?
- Wat zijn de vaste kosten?
- Wat zijn de variabele kosten? Kunnen deze worden berekend voor de volgende maand, half jaar of jaar?

- Kunnen de verwachte inkomsten wijzen op een verhoogde winstgevendheid tegen het einde van de beoordelingsperiode?

Alle categorieën die in het format van het bedrijfsmodel aan de orde komen, zijn belangrijk en moeten zorgvuldig en gedetailleerd worden behandeld, maar de waardepropositie is cruciaal voor het succes van het nieuwe bedrijf. Daarom moet het worden beschouwd als een centraal element van de strategie van het bedrijf.

De waardepropositie is een beknopte verklaring van een bedrijf die duidelijk aangeeft welke voordelen de consument heeft na aankoop van het product of dienst van dat bedrijf. De waardepropositie overtuigt de consument ervan dat het product of de dienst van het bedrijf meer waarde zal brengen (uitgedrukt in verschillende formaten) of veel beter zal voldoen aan hun behoeften dan andere producten of diensten die op de markt beschikbaar zijn..

De waardeproposities variëren aanzienlijk, afhankelijk van de bedrijfstak en het betreffende marktsegment. Het is belangrijk dat de waardepropositie wordt begrepen en dat deze betekenis heeft voor de consument. Zo werd het concept van de waarde van de consument geïntroduceerd, namelijk het verschil tussen de voordelen van de consument en de bijbehorende kosten (inclusief de prijs). Daarom moet het bedrijf bij het formuleren van de waardepropositie door de ogen van de consument naar de voordelen van het product of de dienst kijken. Bovendien moet de rapportering naar het perspectief van de consument permanent gebeuren, omdat de economische, sociale, demografische, technologische context enz. steeds sneller en mettertijd verandert. Op een bepaald moment kan het bedrijf ontdekken dat de aangeboden voordelen niet langer van belang zijn voor de consument of dat het beoogde marktsegment is veranderd. Daarom moet de waardepropositie:

* superieur zijn aan de concurrentie;

maakt een duidelijke differentiatie van de concurrentie mogelijk en het bedrijf zal een duidelijke positie in de markt innemen;

* een diepgaand begrip van de behoeften en wensen van de consument aangeven.

Meer specifiek is de waardepropositie een verklaring die ten minste een van de volgende soorten voordelen moet bevatten: functioneel, emotioneel en zelfrepresentatie. De vragen die helpen bij het uitkristalliseren van de waardepropositie zijn de volgende:

- Wat wordt de consument aangeboden?
- Hoe bereikt het aanbod de consument?
- Welke voordelen worden aangeboden?
- Wat is er anders aan het aanbod van anderen op de markt?

Men mag niet vergeten dat het product of de dienst waarvoor de waardepropositie wordt geformuleerd, profiteert van de bijdrage van de Brand van het producerende bedrijf.

Hier zijn enkele voorbeelden van reclameslogans die zijn geïnspireerd door waardeproposities:

Activia [yoghurt met verteringsfermenten]: "Het welzijn komt van binnenuit";

Stejar [sterk bier]: "In wezen sterk";

MailChimp: "Betere e-mail verzenden";

Apple MacBook: "Licht. Jaren vooruit";

Vimeo: "Maak het leven de moeite waard om naar te kijken";

Weebly: "De eenvoudigste manier om een website te maken";

Uber: "Tik op de app, maak een rit";

Budweiser: "The Great American Beer".

Zodra het bedrijfsmodel compleet is, gaat de ondernemer de levensvatbaarheid van het model controleren. De hypothesen die aan het model ten grondslag liggen, worden geïdentificeerd. De hypothesen zijn praktisch een reeks aannames over de evolutie van de markt, het gedrag van consumenten, enz. Voorbeelden van hypothesen zijn:

Consumenten willen het nieuwe product gebruiken en zijn bereid te betalen voor de aankoop van het product.

Supermarkten zijn geïnteresseerd in de distributie van het nieuwe product.

De marketingcampagne van het bedrijf vestigt de aandacht van de consument op het nieuwe product.

Er zijn twee algemene aannames voor startups:

- waarde hypothese;
- groei hypothese

Waarde Hypothese

Bij de waarde hypothese wordt getoetst of een product of dienst echt waarde biedt aan consumenten die er gebruik van maken. Testen gebeurt niet door consumenten te vragen of ze het product leuk vinden of dat het hen helpt. Echt testen betekent het organiseren van een experiment dat objectieve parameters meet en bij voorkeur kwantificeerbaar is. Een objectieve parameter is bijvoorbeeld de levensduur van het product of de periode totdat de consument een vergelijkbaar product koopt.

Groei Hypothese

Bij de groei hypothese wordt getest hoe de nieuwe klanten het aangeboden product zullen ontdekken. Ook hier gaat het om een experiment, waarbij wordt geïdentificeerd hoe vorige

afnemers het product ontdekten. Het kan o.a. worden gemeten door: hoe vaak gebruiken ze het product een tweede keer; hoe vaak vertellen ze anderen hoe goed het product is; enz.

Ongeacht de hypothese wordt het getest door middel van een experiment dat in detail en op objectieve basis is georganiseerd. Een hypothese wordt niet getoetst door een andere aanname op basis van de logica van de ondernemer. Als het consumentengedrag is geverifieerd, wordt er een experiment georganiseerd waarin de hypothese wordt gebruikt om een significant onderzoeksperceel voor het beoogde marktsegment te testen. De resultaten van de hypothesetests worden geëvalueerd vanuit het perspectief van hun bijdrage aan het succes van het bedrijf. Bovendien moeten de hypothesen waarvan wordt aangenomen dat ze de laagste waarschijnlijkheid hebben, worden geverifieerd!

Rekening houdend met alle aanname controles, wordt een beslissing genomen over de voortzetting van het business development-proces. Als alle hypothesen door de experimentele gegevens zijn bevestigd, wordt het proces voortgezet. Indien sommige van de aannames niet zijn bevestigd, rijst het probleem van het herzien of zelfs loslaten van het bedrijfsmodel. Wanneer de meeste hypothesen zijn bevestigd, wordt het model verbeterd en als er te weinig hypothesen zijn bevestigd, wordt het bedrijfsidee verlaten omdat het onzekerheidsniveau te hoog is.

Ontwikkeling van het consumentensegment

De ontwikkeling van consumentensegmenten is een stap in het ontwikkelingsproces van een startup waarvan wordt aanbevolen dat deze parallel loopt met de ontwikkeling van het nieuwe product. Het ontwikkelingsmodel van het consumentensegment is in wezen een reeks doelstellingen en benchmarks die van bijzonder belang zijn voor startups. Net als bij het bedrijfsmodel omvat het ontwikkelingsmodel van het consumentensegment een aantal aannames die rechtstreeks moeten worden geverifieerd bij het beoogde marktsegment.

Het belangrijkste doel van de ontwikkeling van het consumentensegment is een diepgaand begrip van het marktsegment, de behoeften en verwachtingen van de potentiële klanten. Zo kunnen de ondernemer en het productontwikkelingsteam zich concentreren op de werkelijke behoeften en verwachtingen van het beoogde marktsegment. Het is opmerkelijk dat de ontwikkelaars van het nieuwe product, net als degenen in marketing en sales, weten wat de belangrijkste kenmerken zijn (in de ogen van de koper) in de productklasse waarop ze zich richten. De maatstaf voor het belang van een kenmerk wordt niet gegeven door een reactie van de consument van het type "Ja, kenmerk X is belangrijk", maar door een categorisch antwoord: "Het product moet noodzakelijk kenmerk X hebben!". Ook moet worden bepaald hoeveel de consument bereid is te betalen voor de gewenste functie.

Degenen die het model voor de ontwikkeling van het consumentensegment hebben ontworpen beweren, dat door veel reële situaties is bevestigd, dat het model de focus van activiteiten op de echt belangrijke kwesties, de verkorting van de productontwikkelingscyclus en de snelle ontwikkeling van de start-up mogelijk maakt.

De ontwikkeling van het consumentensegment is in het begin gericht op het identificeren van het klantprofiel dat geïnteresseerd is in het nieuwe product en op zijn probleem dat het nieuwe

product volledig en op een hoger niveau gaat oplossen. Het is opmerkelijk dat voor deze actie geen lange lijsten met productkenmerken van potentiële kopers worden gemaakt.

De klant van een startup is geen doorsnee klant uit de mainstream, net als de klant waarop de grote bedrijven gericht zijn, die min of meer traditionele producten produceren, distribueren en op de markt brengen. Om zo'n andere klant tevreden te stellen, zou het nieuwe product extreem veel tijd kosten, gezien de mogelijkheden van een startup. Maar de klant van een startup is een persoon die de visie van de startup aanhangt en voor wie het nieuwe product voorziet in een belangrijke en vooral erkende behoefte. De klanten van een startup zijn geen grote groep, maar ze zijn voldoende om de feedback te geven die nodig is om het product te verbeteren en de verkoopstrategie efficiënter te maken.

Nu maakt de ondernemer een reeks aannames met betrekking tot het klantprofiel en zijn/haar motivaties bij de aankoop van het nieuwe product. Deze hypothesen moeten worden getest en er zullen iteratief correcties worden aangebracht in het profiel en de motivaties van de cliënt totdat de hypothesen zijn bevestigd.

De belangrijkste vragen tijdens deze stap zijn de volgende:

- Weet jij wie de klant is?
- Is het probleem geïdentificeerd dat de klant opgelost wil hebben?
- Is de klant zich volledig bewust van het acute belang van het probleem?
- Welke oplossingen hebben de hoofdgebruikers tot nu toe gevonden?
- Lost het nieuwe product het probleem van de klant volledig op?
- Is er voldoende informatie om een succesvol product op de markt te brengen?

Als de startup-structuur tot nu toe min of meer soepel was, brengt de ontwikkeling van het bedrijf een veel betere structuur met de differentiatie van de afdelingen productie, financiën, marketing, verkoop, administratie en personeelszaken. Deze stap is gebaseerd op de gevalideerde bevindingen van de vorige stappen, evenals de garantie van succes bevestigd door de eerste verkopen.

Uiteindelijk kan worden aangenomen dat de startup een goed gestructureerd en volwassen bedrijf is geworden dat zich richt op een grote markt. De ondernemer en de managers van de verschillende afdelingen geven de trial-and-error aanpak op ten gunste van een verhuizing op basis van de verklaarde missie van het bedrijf.

Bewaken van de opstartprocessen

De veelgemaakte fout van een ondernemer is het negeren van de tekenen van stagnatie en het onvermogen om te erkennen dat het een vergissing is om de huidige richting te blijven volgen. Er zijn maar weinig gevallen waarin het nieuwe product nul consumenten heeft en het duidelijk een mislukking is. In de meeste gevallen van mislukking heeft het nieuwe product een paar kopers, van wie het aantal niet toeneemt, maar de ondernemer blijft hopen op een wonder.

Om te voorkomen dat men in de verkeerde richting doorzet, wordt de voortgang bewaakt.

De bewakingsfasen zijn:

- Bepalen van het huidige niveau van het bedrijf (aantal klanten, inkomsten, etc.).
- De groeimotor van het bedrijf aanpassen om van het huidige niveau naar het ideale niveau te gaan.
- De beslissing: ga door met de gekozen strategie of draai een nieuwe richting in met een nieuwe strategie (pivot).

Elke verbetering van het product, marketingactie of elke andere activiteit van het bedrijf moet gericht zijn op het maximaliseren van een parameter van het groeimodel van het bedrijf. Die parameter moet meetbaar zijn. Bijvoorbeeld: het bedrijf past het product aan om het gemakkelijker te kunnen gebruiken. De doelparameter van het groeimodel is het aantal nieuwe klanten. Als de wijziging het aantal nieuwe klanten niet verhoogt, is de conclusie dat de wijziging een mislukking was.

Doorgaans leidt het verbeteren van het product in een grote organisatie met een geschiedenis op de markt tot positieve financiële resultaten, omdat de consument bekend is, de markt bekend en de technologie bekend. Dit is niet het geval voor een startup, die met veel onbekenden te maken heeft. Bovendien vinden managers die uit het gebied van grote organisaties komen moeilijk te begrijpen dat de verbetering van radicaal nieuwe producten niet automatisch positieve financiële resultaten oplevert..

Een veelgemaakte fout is dat bij het evalueren van de prestaties van een bedrijf ijdelheidsparameters worden gebruikt die de evolutie van het bedrijf niet nauwkeurig weergeven. Bruikbare evaluatieparameters moeten worden gebruikt om een oorzaak-gevolgverband te benadrukken. De ijdelheid-evaluatieparameters onthullen niet echt iets en nemen meestal toe, waardoor de illusie ontstaat dat de laatste acties van het bedrijf, wat die ook waren, ze veroorzaakten.

Bijvoorbeeld, een bedrijf dat verpakt voedsel verkoopt meet zijn prestaties in het aantal eindklanten. Op een gegeven moment merkt het bedrijf dat het aantal klanten toeneemt, maar de inkomsten dalen. Het voor de hand liggende antwoord wordt gegeven door de afname van de hoeveelheid verkochte producten, aangezien elke klant gemiddeld minder koopt. Het aantal klanten is dus een ijdelheidsparameter en de verkochte hoeveelheid is de parameter waarop actie kan worden ondernomen.

Duurzame groei heeft maar één regel: nieuwe klanten komen voort uit de acties van oude klanten. Oude klanten zorgen voor bedrijfsgroei via de volgende kanalen:

- mond-op-mond reclame;
- gebruik van het product in het openbaar;
- de reclame die wordt betaald uit de inkomsten van het product;
- herhaalde aankoop van het product.

De groei van het bedrijf wordt gerealiseerd met behulp van de groeimotor. De groeimotor van een bedrijf kan zijn:

- sticky motor;
- viraal - groei verschijnt als een bijwerking van het gebruik van het product / de dienst;
- betaald - het bedrijf geeft een bedrag uit voor elke nieuwe klant.

Sticky Motor;

In het geval van de plakkerige motor zijn de actiegerichte parameters het aantal klanten dat het product of de dienst opgeeft per tijdseenheid (het 'uitschrijfpercentage') en het aantal nieuwe klanten per tijdseenheid (het percentage nieuwe klanten). Bedrijven die deze motor gebruiken, groeien echt wanneer het aantal nieuwe klanten hoger is dan het percentage uitschrijvingen. Deze groeimotor is specifiek voor mobiele bedrijven, internetproviders, kabeltelevisieaanbieders, enz.

Virale Groei

Virale groeimotor betekent niet noodzakelijkerwijs mond-op-mond-reclame, maar veel meer. Het gebruik van het product door een consument trekt de aandacht van een toekomstige consument. Voorbeelden van dergelijke diensten zijn: sociale netwerken, gratis e-mail etc. Voorbeelden zijn ook op het gebied van producten: Tupperware via het promotiesysteem door middel van presentaties thuis voor vrienden, burens etc..

Veel bedrijven die afhankelijk zijn van de virale groeimotor, brengen gebruikers niet rechtstreeks kosten in rekening om langdurig gebruik van het product/dienst te stimuleren en om het hoofd te bieden aan de concurrentie die het product/dienst gratis aanbiedt. De inkomsten van het bedrijf komen uit de extra advertenties die in hun diensten zijn opgenomen.

Betaalde Groei

De betaalde groeimotor gaat ervan uit dat de organisatie geld investeert in reclame, consumentgerichte marketing, etc. De organisatie groeit als de behaalde inkomsten significant hoger zijn dan de directe, indirecte kosten en advertentiekosten, allemaal gerelateerd aan de eenheid (product).

ATTENTIE! De groeimotor (ongeacht het type) van het bedrijf stopt onvermijdelijk als het aantal nieuwe klanten afneemt.

De derde fase van bewaking is de beslissing met betrekking tot het handhaven van de huidige strategie of het uitvoeren van een pivot (koerswijziging). In feite is het niet slechts een enkele beslissing die slechts op één moment wordt genomen, maar de gebruikelijke benadering van dit probleem periodiek (een paar weken). In het geval dat het bedrijf de koers moet wijzigen, moet

de startup rekening houden met de beschikbare middelen. Als deze onvoldoende zijn, moeten de kosten worden verlaagd of moet er nieuw geld gegenereerd worden. Kostenreductie moet zorgvuldig gebeuren, aangezien het gevaar bestaat dat zelfs activiteiten die essentieel zijn voor de ontwikkeling van de startup, worden beïnvloed.

Pivoteren is geen eenvoudige handeling en zit boordevol emoties. Veel ondernemers kunnen het niet uitvoeren en eindigen in een mislukking. Andere ondernemers slagen erin om het te doen, maar doen het te laat en falen of herstellen, maar met grote verliezen.

Pivoteren komt vaker voor in de vroege ontwikkelingsfasen van een startup, maar ook grote bedrijven die goed in de markt verankerd zijn, kunnen pivoteren. Pivoteren is geen verandering omwille van verandering, maar een structurele verandering, goed doordacht en uitgevoerd volgens een duidelijke strategie. In wezen is pivoteren een experiment dat een nieuwe hypothese over een product, markt of bedrijf test.

Hier zijn enkele voorbeelden van pivoteren:

- gericht op vereenvoudiging (de niet-essentiële kenmerken van het product/de dienst worden geëlimineerd);
- gericht op versterking (het product/de dienst moet nieuwe functies en kenmerken krijgen om levensvatbaar te worden);
- gericht op een nieuw marktsegment (het product/de dienst is levensvatbaar, maar niet voor het aanvankelijk beoogde segment);
- gericht op een nieuwe behoefte van het segment (de behoefte aan het product is niet essentieel, in plaats daarvan is er een nieuwe behoefte ontdekt, ontevreden over een ander product of dienst);
- pivoteren van een solo product naar een product platform;
- gericht op het winstgevende model (verkoop in grote hoeveelheden met een kleine winstmarge of verkoop in kleine hoeveelheden met een grote winstmarge);
- pivoteren van de waardepropositie;
- pivoteren van de groeimotor;
- pivoteren van het distributiekanaal;
- pivoteren van het type technologie.

Voorbeelden van toepassing van de Lean Startup methode

Een goed voorbeeld is Dropbox.

Het idee van oprichter Drew Houston kwam voort uit het feit dat hij meerdere computereenheden gebruikte en bestanden moest uitwisselen tussen deze verschillende eenheden om ze gesynchroniseerd te houden en soms verloor hij de geheugenstick waarmee hij bezig was. Deze situatie is een typisch geval voor het genereren van een succesvol bedrijfsidee, namelijk het vinden van een zeer vervelend persoonlijk probleem, dat de ondernemer motiveert om het op te lossen (gezien het een persoonlijke uitdaging is). Zo werd het basisconcept geschetst: een Cloud gebaseerde dienst die automatisch bestanden synchroniseert op verschillende apparaten. Verbetering van het concept en gedetailleerd ontwerp werd bereikt door de voortdurende raadpleging van toekomstige gebruikers met de beschrijvingen op

verschillende blogs en websites. Omdat het moeilijk zou zijn geweest om aan regelmatige financiering te komen, werd een "seed accelerator" ("opstartversneller") gebruikt. Benadrukt moet worden dat niet elk idee wordt gefinancierd via een "seed accelerator" en zelfs het acceptatiepercentage is 1 - 3%. De extra functies werden geleidelijk geïntegreerd, maar in hoog tempo en het bedrijf is in slechts 15 maanden gegroeid van 100.000 naar 4 miljoen gebruikers.

Webvan is een negatief voorbeeld

Webvan: Een "doe dat niet", waarschijnlijk een van de grootste mislukkingen van het dotcom-tijdperk. Het bedrijf is halverwege de jaren negentig opgericht om consumenten de mogelijkheid te bieden online eten te kopen met bezorging binnen maximaal 30 minuten. Het concept is verfijnd en er is een businessplan opgesteld om indruk te maken op investeerders. En het was echt onder de indruk, want in 3 jaar tijd hebben ze honderden miljoenen dollars geïnvesteerd. De investeerders waren investeringsfondsen, een bank en het grote publiek na de beursnotering. De aanwezigheid van investeringsfondsen was op zich geen vergissing, maar creëerde een ongezond klimaat door de dringende vraag naar grote en directe winsten. Zonder al te veel aan het businessmodel te werken, begon het bedrijf te snel te groeien: het verspreidde zich over een te groot grondgebied, zonder zelftesten in een klein gebied, en creëerde vanaf het begin een gigantische infrastructuur (enorm geautomatiseerd systeem en een indrukwekkend wagenpark en bedrijfsvoertuigen). Bovendien verwierf het HomeGrocer, een soortgelijk bedrijf, wat een extra financiële inspanning betekende. De markt werd ook niet erg goed geanalyseerd, omdat ze zich richtten op het hoofdsegment van de markt (consumenten die geïnteresseerd zijn in lage prijzen) en niet op de rijkste. Uiteindelijk ging Webvan failliet en verloor \$ 800 miljoen. Het feit dat het idee van online handel met voedsel echt waardevol is, werd later bewezen door de successen van Instacart en Picnic.

Bereid je voor op vallen en opstaan

Of je nu jouw eerste of jouw derde bedrijf start, verwacht fouten te maken. Dit is natuurlijk en zolang je ervan leert ook gunstig. Als je geen fouten maakt leer je niet wat je minder moet doen en/of wat je moet benadrukken. Wees ruimdenkend en creatief, pas je aan, zoek naar kansen en heb vooral plezier!

Het mooie van het hebben van een eigen bedrijf is dat je kunt beslissen wat je wilt doen en waar u wilt groeien.

Hoofdstuk 12 Hoe u uw bedrijf formeel kunt opzetten in de YME-landen met betrekking tot wetten, regels, voorschriften en belastingen

Hoe start je formeel jouw eigen bedrijf? Waar begin je? En met welke regels, wet- en regelgeving moet je rekening houden? Het is de vraag die veel startende ondernemers zich stellen. Met dit stappenplan maken wij u legaal en officieel klaar voor de start van uw bedrijf in onderstaande landen (Verenigd Koninkrijk, Nederland, Roemenië, Italië, Turkije).

Stapsgewijs

Stap 1: Kies een rechtsvorm

Bij het starten van een bedrijf moet je een rechtsvorm kiezen. Bijvoorbeeld een eenmanszaak of een besloten vennootschap. Dit verschilt per land. Kies een rechtsvorm die het beste bij jouw situatie past. Kijk bijvoorbeeld hoe je de aansprakelijkheid wilt regelen, hoe de toekomst eruit ziet en wat fiscaal voordelig voor je is.

De rechtsvormen in elk land zijn opgeschreven in het Groenboek hoofdstuk 13 (Verenigd Koninkrijk), hoofdstuk 14 (Nederland), hoofdstuk 15 (Italië), hoofdstuk 16 (Roemenië); en hoofdstuk 17 (Turkije). Elk hoofdstuk heeft zijn eigen stapsgewijze landenhoofdstuk.

Stap 2: Registreer je bedrijf officieel

Als je jezelf goed hebt voorbereid om je bedrijf te starten. Je bedrijf moet aan de eisen voldoen om te starten. Je moet je bedrijf registreren bij de juiste instantie, meestal de Kamer van Koophandel, om je administratie officieel en correct te organiseren.

Stap 3: Fiscale regelgeving en boekhouding (btw-identificatienummer en btw-nummer)

Door bedrijven en particulieren verschuldigde belastingen en bijdragen worden gecodificeerd in de nationale fiscale code. In elke landenparagraaf wordt het fiscale regime voor bedrijven en zelfstandigen gedefinieerd, bijv. vennootschapsbelasting (belastbare winst), dividendbelasting (dividenduitkeringen door de onderneming aan geassocieerde deelnemingen of aandeelhouders), belasting over de toegevoegde waarde (btw, te betalen door alle eindverbruikers, met soms de mogelijkheid om rechtsvormen en/of startups vrij te stellen) . Bovendien betalen werknemers ook twee belastingen over hun salaris, bijv. inkomstenbelasting (te betalen over belastbaar inkomen, verschilt voornamelijk van bruto-inkomen doordat het wordt berekend als het inkomen na betaling van de verplichte sociale en medische premies).

De bijdragen aan sociale (en medische) verzekeringen (25% + 10% + 2,25% - de laatste wordt betaald door de werkgever)

Stap 4: Schrijf een bedrijfsplan

Starters zien er soms tegen op om een businessplan te schrijven. Maar als je dit serieus neemt, lees dan hoofdstuk 11: Een bedrijf opzetten! : Het kan u veel voordelen opleveren:

- Je brengt jouw zakelijke kansen in kaart
- Je krijgt een goed beeld van jouw risico's
- Je weet wie jouw potentiële klanten zijn
- Je bent op de hoogte van relevante marktontwikkelingen
- Je maakt meer indruk op potentiële investeerders

In de meeste gevallen heb je geen diploma of beroepskwalificatie nodig om een bedrijf te starten, maar in sommige gevallen zijn voor bepaalde beroepen een diploma of beroepskwalificatie vereist.

Stap 5: Een zakelijke rekening openen (leningen en subsidies)

Het openen van een zakelijke rekening is vaak de volgende logische stap. Zakelijk bankieren is een goede manier om overzicht te houden over je inkomsten en uitgaven. Dit voorkomt ook dat jouw zakelijke en privé-administratie hopeloos door elkaar wordt gehaald (in elke paragraaf wordt een landelijke regeling genoemd met bijzondere ondernemersregelingen).

Stap 6: Milieubeschermingswetten en -regels en het aanvragen van vergunningen (bijv. Bouwvergunning, etc.)

Als ondernemer moet je soms rekening houden met het aanvragen van vergunningen. Denk aan een bouwvergunning als je een bedrijfspand wilt renoveren. De procedures zijn in elk EU-land anders. In elke landenparagraaf worden de betreffende instellingen en/of gemeenten vermeld.

Milieubescherming

In termen van een bedrijf speelt het vestigen van een fysieke locatie een grote rol. Er moet een bestemmingsplan worden overwogen om vooruit te komen met je bedrijf, als je van plan bent jouw bedrijf op een bepaalde locatie te vestigen. Daarnaast hebben ondernemers vaak te maken met milieuregels op het gebied van geluid, energie en afval. De regels die op u van toepassing zijn, kunnen per regio, vakgebied en type bedrijf verschillen.

Stap 7: Privacy / bescherming van persoonlijke gegevens en het maken van een zakelijke website

Tegenwoordig kan een bedrijf niet meer zonder een zakelijke website, die je vervolgens kunt promoten op de bekende social media. Je moet de nationale wetten naleven met betrekking tot privacy, bescherming van persoonsgegevens en cookies.

Je kunt de website laten ontwerpen door een professioneel bureau of - als je een beetje handig bent - zelf een (iets eenvoudiger) variant maken. Het hangt af van je specifieke wensen en budget of dit een wenselijk alternatief is.

SEO-bestendige website

Zorg ervoor dat de inhoud (teksten, afbeeldingen, etc.) voldoet aan de huidige SEO-trends, zodat de website bij de eerste zoekresultaten in Google verschijnt. Hiervoor kun je ook een gespecialiseerde tekstschrijver inhuren.

Stap 8: Verzekering

Een ongeval - of het nu een lichamelijk of psychisch probleem is - zit in een klein hoekje. Waar je als werknemer nog kon rekenen op de steun van je werkgever, ben je als ondernemer zelf verantwoordelijk voor de (financiële) gevolgen van ziekte en ongevallen.

Stap 9: Human Resources Management

Het Human Resources Management is volledig gericht op de personeelsbelastingen

Stap 10: Patenten en Brands

Intellectueel eigendom is iets unieks dat je fysiek creëert. Copyright, patenten, ontwerpen en handelsmerken zijn alle soorten bescherming van intellectuele eigendom. Het is een recht dat je het recht geeft om de enige partij te zijn die de vruchten kan plukken van een intellectuele prestatie. Openbare informatie over jouw IP kan een bron van inspiratie zijn voor anderen bij het ontwikkelen van hun eigen producten.

Hoofdstuk 13 Verenigd Koninkrijk: stapsgewijs

Als het gaat om het starten van een bedrijf in het VK, vanwege meer wetten, regels en voorschriften en alle landen die deel uitmaken van het VK (Engeland, Noord-Ierland, Schotland, Wales), is het proces ingewikkelder, maar er is altijd ondersteuning, hulp en compromis voor iedereen die het nodig heeft of zoekt. Het is misschien een vervelende taak, maar met de juiste mentaliteit kan alles worden bereikt. Her Majesty's Revenue and Customs (HMRC) is de belangrijkste juridische entiteit die alles moet doorlopen voordat een bedrijf kan worden gestart, maar aangezien zij de belangrijkste instantie zijn, zullen ze er alles aan doen om je te helpen eventuele problemen op te lossen die uw weg naar succes blokkeren, net als een kleinere juridische entiteit genaamd "Companies House".

Als je jezelf afvraagt hoe je een bedrijf moet starten, zijn er enkele belangrijke beslissingen die je moet nemen voordat je begint. Naast jouw product of dienst, wilt je misschien de naam van jouw bedrijf, de structuur en de manier waarop je het gaat runnen kiezen. Het is ook belangrijk om na te denken over hoe je klanten gaat trekken en waar je het geld vandaan krijgt om op te starten. Mogelijk moet je jouw basisbedrijfsidee onderzoeken en ontwikkelen, bedenken hoe je jouw bedrijf gaat noemen en beslissen welke vorm het zal aannemen. Het is belangrijk om goed na te denken over jouw product of dienst, doelgroep en waardoor je jezelf onderscheidt van de massa. Op dit punt is het de moeite waard om na te denken over hoe je jouw startup gaat financieren en welk effect dit zal hebben op je persoonlijke financiën totdat de winst zichtbaar wordt.

Stap 1: Kies een rechtsvorm

Je moet de juiste juridische structuur kiezen die bij jouw omstandigheden past en deze registreren bij HM Revenue and Customs (HMRC). HMRC is een niet-ministeriële afdeling van de Britse regering die verantwoordelijk is voor de inning van belastingen, de betaling van bepaalde vormen van staatssteun en het beheer van andere regelgevende regimes, waaronder het nationale minimumloon.

In het VK heb je rechtsvormen zonder rechtspersoonlijkheid en met rechtspersoonlijkheid, deze verschillen in Engeland, Wales, Noord-Ierland en Schotland. Er zijn een groot aantal bedrijven die kunnen worden gestart in het VK, zoals: Public Limited Company (PLC), Private Company Limited by Shares (LTD), Company Limited by Guarantee, Unlimited Company (UNLTD), Limited Liability Partnership (LLP), Community Interest Company, Industrial and Provident Society (IPS), Royal Charter (RC)... en nog veel meer.

Unincorporated legal forms (Rechtsvormen zonder rechtspersoonlijkheid)

Het onderscheidende kenmerk van vormen zonder rechtspersoonlijkheid is dat ze geen afzonderlijke rechtspersoonlijkheid hebben. Er zijn meerdere hoofdvormen:

Sole Trader (Eenmanszaak)

Dit is de eenvoudigste manier om een bedrijf op te zetten en te runnen: eigendom en controle over het bedrijf berust bij één persoon. Het zijn van een eenmanszaak is inherent riskant omdat

het individu niet gescheiden is van het bedrijf en als enige onbeperkte persoonlijke aansprakelijkheid heeft voor het bedrijf, zijn schulden en contractuele verplichtingen, en eventuele vorderingen ertegen. Ze zijn eigenaar van alle activa van het bedrijf en kunnen er naar believen over beschikken, en mogen personeel in dienst hebben en onder een handelsnaam handelen. Het is echter onwaarschijnlijk dat de status van eenmanszaak geschikt zal zijn voor bedrijven die meer dan een klein niveau van externe investeringen nodig hebben - aangezien het bedrijf zonder rechtspersoonlijkheid het lenen beperkt en het bedrijf verhindert om eigen vermogen aan te trekken door aandelen uit te geven.

De regelgeving voor de eenmanszaak is minimaal: er is geen vereiste voor een formele statuten voor het bedrijf en het is niet nodig om rekeningen en aangiften bij Companies House te registreren of in te dienen. Eenmanszaken worden door HMRC als zelfstandige behandeld en moeten zich registreren en jaarlijks een belastingaangifte doen - winst uit het bedrijf wordt behandeld als persoonlijk inkomen dat is onderworpen aan inkomstenbelasting en premies volksverzekeringen.

Unincorporated Association (Vereniging zonder rechtspersoonlijkheid)

Verenigingen zonder rechtspersoonlijkheid zijn groepen die overeenkomen, of 'contracteren', om samen te komen voor een specifiek doel. Ze hebben normaal gesproken statuten waarin het doel van de vereniging is vastgelegd en de regels voor de vereniging en haar leden. Ze worden doorgaans bestuurd door een directiecomité. Alle leden van het directiecomité zullen opnieuw onbeperkt persoonlijk aansprakelijk zijn, tenzij ze specifiek vrijgesteld worden in de statuten. Wat betreft een eenmanszaak, is er een beperking op het aantrekken van financiering, minimale regelgeving en belastingstatus als zelfstandige voor leden van het managementcomité.

Vennootschap (Partnership)

Een partnerschap is een relatief eenvoudige manier voor twee of meer rechtspersonen om samen een bedrijf op te zetten en te runnen met het oog op winst. Een Vennootschap kan ontstaan, zonder enige formele overeenkomst, wanneer mensen een gemeenschappelijk bedrijf uitoefenen, maar meestal is er overeenstemming om als vennootschap te handelen. Vennoten zullen meestal een juridisch bindende samenwerkingsovereenkomst opstellen, waarin zaken worden uiteengezet zoals de hoeveelheid kapitaal die door elke vennoot wordt ingebracht en de manier waarop zij de winsten (en verliezen) van het bedrijf zullen delen. Ook hier heeft het vennootschap geen aparte rechtspersoonlijkheid. Vennoten delen de risico's, kosten en verantwoordelijkheden van zakendoen. Omdat vennoten over het algemeen de gevolgen van elkaars beslissingen dragen, beheren vennoten het bedrijf meestal zelf, hoewel ze werknemers kunnen aannemen. Vennoten zamelen gewoonlijk geld in voor het bedrijf uit hun eigen vermogen en/of met leningen, hoewel het opnieuw zonder rechtspersoonlijkheid is om leningen in de praktijk te beperken, en omdat het geen bedrijf met een aandelenkapitaal is, kan het bedrijf zelf geen eigen vermogen aantrekken door aandelen uit te geven.

Elke vennoot is zelfstandige en betaalt op deze basis belasting over zijn aandeel in de winst: het vennootschap zelf en elke individuele vennoot moeten jaarlijkse self-assessments indienen bij HMRC, en het vennootschap moet een administratie bijhouden met de bedrijfsinkomsten en -uitgaven.

Andere rechtspersonen dan individuen - zoals naamloze vennootschappen of vennootschappen met beperkte aansprakelijkheid - kunnen ook vennoten zijn in een maatschap. Ze worden behandeld als elke andere vennoot, behalve dat ze aanvullende belasting- en rapportageverplichtingen hebben - bedrijven moeten bijvoorbeeld vennootschapsbelasting betalen in plaats van inkomstenbelasting over hun winst uit het vennootschap.

Beperkt Vennootschap (Limited Partnership)

Niet te verwarren met een Vennootschap met beperkte aansprakelijkheid (zie hieronder) - een commanditaire vennootschap heeft twee soorten vennoten: algemene vennoten en commanditaire vennoten. De rechtsvorm is vergelijkbaar met een maatschap, met als belangrijkste verschil dat de commanditaire vennoten mogelijk niet betrokken zijn bij het beheer van het bedrijf en dat hun aansprakelijkheid beperkt is tot het bedrag dat zij in de maatschap hebben geïnvesteerd. Merk op dat commanditaire vennoten anders zijn dan 'slapende' vennoten in een vennootschap of commanditaire vennootschap, die niet deelnemen aan het runnen van het bedrijf, maar volledig aansprakelijk blijven voor hun schulden. Beperkte vennootschappen moeten zich registreren bij Companies House en komen pas tot stand nadat ze zijn geregistreerd. Wijzigingen in het vennootschap moeten ook worden geregistreerd.

Trust (Trust)

Trusts zijn zonder rechtspersoonlijkheid en hebben geen eigen juridische identiteit. Het zijn in wezen legale middelen om activa aan te houden om de juridische eigendom te scheiden van de economische belangen. Een trust houdt activa aan namens een persoon of een andere organisatie en bepaalt hoe ze moeten worden gebruikt. Een trust wordt beheerd door een kleine groep mensen, trusteees genaamd, die wettelijk verantwoordelijk zijn voor het beheer van de trust en persoonlijk aansprakelijk zijn voor alle schulden of vorderingen die niet kunnen worden voldaan uit de eigen middelen van de trust. Trusts maken hun eigen set regels - vastgelegd in een trustakte - die de doelstellingen van de trust bepalen en kunnen worden gebruikt om ervoor te zorgen dat activa en winsten voor een bepaald doel worden gebruikt. Trusts halen doorgaans geen financiering op - ze beheren gewoon activa en keren geen winst uit. Trusts worden vaak gebruikt in combinatie met verenigingen zonder rechtspersoonlijkheid, die zelf geen eigendom kunnen hebben.

Incorporated legal forms (Geïncorporeerde rechtsvormen)

Limited Company (Naamloze Vennootschap)

De naamloze vennootschap is de meest voorkomende rechtsvorm die wordt gebruikt voor het runnen van een bedrijf. Bedrijven worden 'opgericht' om een entiteit te vormen met een afzonderlijke rechtspersoonlijkheid. Dit betekent dat de organisatie onder eigen naam zaken kan doen en contracten kan aangaan. Bij oprichting onder de Companies Act 2006 moet een bedrijf over twee oprichtingsdocumenten beschikken:

een Memorandum, waarin wordt vastgelegd dat de oorspronkelijke leden (de ondergetekenden) een bedrijf willen vormen en ermee instemmen lid te worden. Het memorandum kan niet worden gewijzigd; en

Statuten - vaak gewoon de statuten genoemd - die in wezen een contract zijn tussen het bedrijf en zijn leden, waarin de wettelijk bindende regels voor het bedrijf worden vastgelegd, inclusief het kader voor beslissingen, eigendom en zeggenschap.

De Companies Act 2006 biedt aanzienlijke flexibiliteit om artikelen op te stellen die voldoen aan de specifieke behoeften van het bedrijf, op voorwaarde dat het handelt binnen de wet.

Een naamloze vennootschap is eigendom van haar leden - degenen die in het bedrijf hebben geïnvesteerd - en, zoals de naam al doet vermoeden, genieten zij van beperkte aansprakelijkheid - dwz de financiën van het bedrijf zijn gescheiden van de persoonlijke financiën van hun eigenaren en als algemene regel kunnen schuldeisers van het bedrijf alleen de activa van het bedrijf nastreven om een schuld af te lossen. De persoonlijke bezittingen van de eigenaren lopen geen risico.

Er zijn twee mechanismen voor bedrijfslidmaatschap: Een Vennootschap gelimiteerd door aandelen en een Company Limited by Guarantee (Vennootschap met beperkte aansprakelijkheid).

Company Limited by Shares (Vennootschap gelimiteerd door aandelen)

De meeste bedrijven vallen in deze categorie. Leden bezitten elk een of meer aandelen in het bedrijf en worden daarom aandeelhouders genoemd. De beperkte aansprakelijkheid van aandeelhouders betekent dat ze alleen verliezen wat ze al hebben geïnvesteerd of toegezegd te investeren (onbetaalde bedragen op aandelen).

Company Limited by Guarantee (Vennootschap met beperkte aansprakelijkheid)

Leden van het bedrijf geven een garantie voor het betalen van een vast bedrag als het bedrijf failliet gaat. Een bedrijf moet minstens één lid hebben. In een vennootschap gelimiteerd door aandelen heeft elk aandeel gewoonlijk een stemrecht, zodat de leden kunnen stemmen over belangrijke beslissingen die van invloed zijn op het bedrijf. De regeling is normaal gesproken één aandeel één stem, hoewel veel bedrijven verschillende soorten aandelen zullen creëren waaraan verschillende stemrechten zijn verbonden. In een vennootschap met beperkte aansprakelijkheid is de regeling gewoonlijk één lid één stem.

Het dagelijkse bestuur van een onderneming staat in naam gescheiden van haar eigendom en wordt uitgevoerd door een bestuurder of een raad van bestuur, met als kernprincipe dat zij handelen in het belang van de onderneming en haar leden. Bestuurders kunnen echter ook lid zijn, dus de eenvoudigste vorm van een Naamloze Vennootschap is een enkel lid dat eigenaar is van het hele bedrijf en tevens de enige bestuurder. Een bedrijf moet ten minste één bestuurder hebben (openbare bedrijven die hieronder worden beschreven, moeten er twee hebben) en ten minste één bestuurder moet een echte persoon zijn.

In een Vennootschap met beperkte aansprakelijkheid komt de financiering van de leden, van leningen of van winsten die in het bedrijf worden behouden als werkkapitaal. Een Vennootschap gelimiteerd door aandelen kan ook kapitaal ophalen van aandeelhouders in ruil voor een belang in het bedrijf - eventuele winsten uit het bedrijf worden gewoonlijk aan aandeelhouders uitgekeerd in de vorm van dividenden, met uitzondering van winsten die in het bedrijf worden

behouden als werkkapitaal. Naamloze vennootschappen hebben een grotere capaciteit om zichzelf te financieren met leningen dan bedrijven zonder rechtspersoonlijkheid, aangezien ze hun activa kunnen gebruiken als zekerheid voor leningen, waardoor een 'last' op de activa van het bedrijf ontstaat. Deze kosten worden geregistreerd bij Companies House, waardoor transparantie wordt geboden over de omvang van het beveiligde krediet van een bedrijf. Kredietverstrekkers, waaronder banken en hypotheekbanken, zullen daarom doorgaans een voorwaarde stellen voor het verstrekken van een zakelijke lening.

Een rechtsvorm met beperkte aansprakelijkheid is onderworpen aan strengere regelgevingsvereisten dan een rechtsvorm zonder rechtspersoonlijkheid: grotere verantwoordingsplicht en transparantie is de prijs die moet worden betaald ten behoeve van beperkte aansprakelijkheid. Verantwoording is zowel aan de aandeelhouders van het bedrijf als aan het publiek dat mogelijk zaken met het bedrijf wil doen. Bedrijven zijn geregistreerd bij Companies House en het is de verantwoordelijkheid van de bestuurders om de openbare registers van het bedrijf bij te houden - inclusief jaarrekeningen en een jaarlijkse aangifte over het bedrijf - en om deze in te dienen bij Companies House. Zij moeten Companies House op de hoogte brengen van wijzigingen in de structuur en het beheer van het bedrijf. Als een bedrijf een belastbaar inkomen of winst heeft, moeten zij dit doorgeven aan HMRC en is het onderworpen aan vennootschapsbelasting. Bedrijven die vennootschapsbelastingplichtig zijn, moeten jaarlijks aangifte doen bij HMRC.

Een Vennootschap gelimiteerd door aandelen is ofwel een besloten vennootschap (Ltd) of een naamloze vennootschap (Plc). Het belangrijkste verschil is dat de naamloze vennootschap aandelen te koop mag aanbieden aan het publiek. De besloten vennootschap met beperkte aansprakelijkheid is de meest voorkomende rechtsvorm die door de overgrote meerderheid van bedrijven wordt gebruikt - variërend van een bedrijf met een enkele aandeelhouder tot grote bedrijven die grote investeringen van privévermogen hebben aangetrokken.

Limited Liability Partnership (Vennootschap met beperkte aansprakelijkheid)(LLP)

Een Limited Liability Partnership is een rechtspersoon met een aparte rechtspersoonlijkheid vergelijkbaar met een bedrijf. Anders dan bij een normaal vennootschap genieten de leden van een LLP een beperkte aansprakelijkheid, zoals de naam suggereert - aansprakelijkheid is beperkt tot het bedrag dat ze in het bedrijf hebben geïnvesteerd en tot eventuele persoonlijke garanties die ze hebben gegeven om financiering aan te trekken. Elk lid ontvangt een gelijk deel van de winst, tenzij in de ledenovereenkomst anders is bepaald.

Net als bij een vennootschap, moet elk niet-zakelijk lid van een LLP zich als zelfstandige registreren bij HMRC en zowel het LLP zelf als elk individueel lid moeten jaarlijks een self-assessment aanleveren bij de HMRC . Niet-zakelijke leden van een LLP betalen inkomstenbelasting en premies volksverzekeringen over hun aandeel in de winst. Bovendien moeten LLP's rekeningen en jaarlijkse aangiften registreren en indienen bij Companies House. Minstens twee leden moeten "aangewezen leden" zijn die aanvullende verantwoordelijkheden hebben - zij benoemen auditors en tekenen en deponeren de rekeningen bij Companies House.

Limited Liability Partnerships hebben veel meer vrijheid dan bedrijven om hun interne zaken te regelen, bijvoorbeeld in de manier waarop beslissingen worden genomen en de manier waarop winsten worden verdeeld onder leden.

Community Interest Company (CIC) (Vennootschap voor maatschappelijk belang)

Een Vennootschap voor maatschappelijk belang (CIC) is een vennootschapsvorm (beperkt door aandelen of door garantie) die is opgericht voor zogenaamde 'sociale ondernemingen' die hun winsten en activa willen gebruiken voor gemeenschapsvoordeel. CIC's zijn eenvoudig op te zetten en hebben alle flexibiliteit en zekerheid van de bedrijfsvorm, maar met verschillende speciale kenmerken die ervoor zorgen dat ze een gemeenschapsbelang dienen:

- Ten eerste moeten alle bedrijven die een aanvraag indienen om als CIC te worden geregistreerd, een verklaring van gemeenschapsbelang indienen om de CIC-toezichthouder het bewijs te leveren dat ze zullen voldoen aan een in de wet gedefinieerde toets voor gemeenschapsbelang. Het bedrijf moet aan de test blijven voldoen zolang het een CIC blijft, en moet jaarlijks rapporteren aan de toezichthouder
- Ten tweede moet een CIC een 'activablokkering' hebben die de overdracht van de activa van het bedrijf (inclusief eventuele winsten die door zijn activiteiten worden gegenereerd) beperkt om ervoor te zorgen dat ze worden gebruikt ten behoeve van de gemeenschap
- Ten derde zijn CIC's onderworpen aan limieten op dividenden en te betalen rente - om een evenwicht te vinden tussen het aanmoedigen van mensen om in CIC's te investeren en het principe dat de activa en winsten van een CIC moeten worden besteed aan het voordeel van de gemeenschap..

Charitable Incorporated Organization (CIO)

De Charitable Incorporated Organization (CIO) is een nieuwe rechtsvorm die vanaf 2012 beschikbaar zal zijn voor liefdadigheidsinstellingen in Engeland en Wales. Momenteel doen liefdadigheidsinstellingen die dit willen opnemen dit normaal gesproken als een Company Limited by Guarantee - wat een dubbele registratie betekent bij het Companies House en de Charity Commissie en dubbele regelgeving onder vennootschapsrecht en liefdadigheidsrecht. De CIO-status biedt de voordelen van oprichting, maar de organisatie zal alleen worden geregistreerd bij de Charity Commission en gereguleerd onder de liefdadigheidswetgeving. Deze nieuwe bedrijfsvorm zal naar verwachting voornamelijk worden gebruikt door kleine en middelgrote goede doelen. Net als bij elke liefdadigheidsinstelling worden de winsten en activa van de organisatie opgesloten voor liefdadigheidsdoeleinden. Merk op dat de liefdadigheidswetgeving en -regulering zijn overgedragen: soortgelijke wetgeving is aangenomen in Schotland, maar nog niet in Noord-Ierland.

Industrial and Provident Society

Een Industrial and Provident Society (ook wel I&P of IPS genoemd) kan twee vormen aannemen:

Co-operative Society (Co-op) (Coöperatieve Vereniging)

Een coöperatieve vereniging is een ledenorganisatie die wordt gerund tot wederzijds voordeel van haar leden - die hun belangen voornamelijk dient door met hen te handelen of hen

anderszins goederen, diensten en faciliteiten te verstrekken - waarbij een eventueel overschot gewoonlijk wordt teruggeploegd in de organisatie, hoewel de winst kan worden verdeeld onder leden. Een coöperatieve vereniging kan al dan niet een sociale onderneming zijn, afhankelijk van haar activiteiten en hoe zij haar winst uitkeert.

Een coöperatieve vereniging wordt beheerst door regels die de coöperatieve waarden en principes moeten weerspiegelen die zijn uiteengezet door de International Co-operative Alliance. De Alliantie definieert een coöperatie als een autonome vereniging van personen die vrijwillig verenigd zijn om te voorzien in hun gemeenschappelijke economische, sociale en culturele behoeften en ambities door middel van gezamenlijk eigendom en democratisch gecontroleerd ondernemerschap..

Een coöperatieve vereniging is opgericht - en heeft dus een aparte rechtspersoonlijkheid - en moet een jaarrekening registreren en indienen bij de Financial Services Authority (FSA) in plaats van bij het Companies House. Net als bij een bedrijf is de aansprakelijkheid van de leden beperkt tot het onbetaalde bedrag op aandelen. Ze hebben een principe van open lidmaatschap en kunnen daarom fondsen werven door aandelen uit te geven aan het publiek.

Ze worden geleid en beheerd door hun leden, meestal via een commissie van functionarissen, vergelijkbaar met de raad van bestuur van een bedrijf, die namens de leden bestuurt. Leden hebben echter altijd democratische controle op basis van "één lid één stem", ongeacht de grootte van de respectievelijke deelnemingen, volgens de coöperatieve waarden en principes.

Community Benefit Society (BenCom)

Een Community Benefit Society (BenCom) is vergelijkbaar met een Coöperatieve Vereniging, behalve dat het zaken doet ten behoeve van de gemeenschap, in plaats van de leden van de samenleving. Een BenCom moet in de eerste plaats worden beheerd ten behoeve van mensen die geen lid zijn van de samenleving en moet ook in het belang zijn van de gemeenschap in het algemeen. Winsten worden niet verdeeld onder leden of externe aandeelhouders, maar teruggegeven aan de gemeenschap. BenComs passen ook vaak een activaslot toe, die hun activa beschermt voor het toekomstige voordeel van de gemeenschap. Het is ongebruikelijk dat de BenCom meer dan het nominale aandelenkapitaal uitgeeft (bijv. Één aandeel ter waarde van £ 1 per lid). Als meer dan het nominale aandelenkapitaal wordt uitgegeven of als leden leningen verstrekken aan de BenCom, worden dividenden en betaalde rente afgetopt tegen een redelijk tarief dat nodig is om het bedrijf het benodigde kapitaal te laten behouden.

Een BenCom kan worden opgericht als een liefdadigheidsinstelling, op voorwaarde dat het uitsluitend liefdadigheidsobjecten heeft die voor het algemeen nut zijn, waardoor ze kapitaal kunnen ophalen via openbare subsidies en liefdadigheidsfondsen. Als ze worden goedgekeurd, staan ze bekend als vrijgestelde liefdadigheidsinstellingen - ze rapporteren alleen aan de Financial Services Authority (FSA), niet aan de Charity Commission. Liefdadigheids BenComs moeten een activaslot hebben.

Financial Mutuals (Financiële onderlinge maatschappijen)

Er zijn drie andere soorten onderlinge vormen, die hier niet in detail worden behandeld, die specifiek bestaan om financiële diensten te verlenen. Deze zijn ook geregistreerd bij de FSA.

- Building Society: Building Societies zijn onderlinge financiële dienstverleners die voornamelijk woninghypotheken verstrekken, maar ook andere financiële diensten zoals andere vormen van kredietverlening en investeringen, geldtransmissiediensten, bank- en verzekeringsdiensten. Ze worden substantieel gefinancierd door hun leden
- Credit Union: Een kredietvereniging is een coöperatieve financiële instelling die eigendom is van en gecontroleerd wordt door haar leden en die wordt geëxploiteerd met het doel tegen redelijke tarieven krediet te verstrekken en andere financiële diensten aan haar leden te verlenen.
- Friendly Society : Een vriendelijke samenleving is een vrijwillige onderlinge organisatie met als hoofddoel om leden financieel bij te staan tijdens ziekte, werkloosheid of pensionering, en om levensverzekering te bieden

Stap 2: Registreer je bedrijf officieel bij de Kamer van Koophandel

Het is belangrijk dat je de structuur kiest die het beste bij jouw bedrijf past en er is veel hulp beschikbaar om je te ondersteunen en je dient advies in te winnen voordat je een bedrijfsstructuur opzet.

HMRC and Companies House

3 soorten bedrijven: eenmanszaak, naamloze vennootschappen en vennootschappen die worden beheerd door HMRC en Companies House.

Bij Companies House registreert u uw bedrijf en moet u minimaal één keer per jaar rapporteren aan zowel HMRC als Companies House. 3 soorten bedrijven: eenmanszaak, naamloze vennootschappen en partnerschappen die worden beheerd door HMRCustoms en Companies House. Je kunt Companies House volgen op Twitter

Als u zich wilt vestigen als een sociale onderneming of een liefdadigheidsinstelling, dan zijn er ook verschillende regels en voorschriften en deze worden beheerst door The Charities Commission in England and Wales en OSCR (The Office for Scottish Charities Regulation).

Sole Trader (Eenmanszaak)

Eenvoudigere manier echter ben je wel verantwoordelijk voor de schulden van je bedrijf en heb je enkele boekhoudkundige verantwoordelijkheden. Je bent dus zelfstandige en bezit het als particulier. Je kunt al jouw bedrijfswinsten behouden nadat je er belasting over hebt betaald. Je bent verantwoordelijk voor eventuele verliezen die uw bedrijf lijdt.

Je moet jezelf als Eenmanszaak vestigen als een van de volgende situaties van toepassing is:

Je hebt tussen 6 april 2019 en 5 april 2020 meer dan £ 1.000 verdiend met werken als zelfstandige

Je moet aantonen dat je zelfstandige bent, bijvoorbeeld om aanspraak te maken op Belastingvrije Kinderopvang

Je bent bereid om een vrijwillige betaling te doen aan Klasse 2 National Insurance om jou te helpen in aanmerking te komen voor uitkeringen

Hoe richt je een Eenmanszaak op?

Indien je jezelf wilt vestigen als een sociale onderneming of een liefdadigheidsinstelling, dan zijn er ook verschillende regels en voorschriften en deze worden beheerst door The Charities Commission in England and Wales en OSCR (The Office for Scottish Charities Regulation).

Werken in de bouwsector als Eenmanszaak?

Registreer je bij HMRC voor de Construction Industry Scheme (CIS) als je in de bouwsector werkt als onderaannemer of aannemer.

Jouw bedrijf een naam geven als een Eenmanszaak

Je kunt onder jouw eigen naam handelen, of je kunt een andere naam voor jouw bedrijf kiezen. Je hoeft jouw naam niet te registreren. Je moet jouw naam en bedrijfsnaam (als je die hebt) vermelden op officieel papierwerk, bijvoorbeeld facturen en brieven.

Bedrijfsnamen Eenmanszaak

Namen van een Eenmanszaak mogen niet:

- omvatten 'limited', 'Ltd', 'limited liability partnership', 'LLP', 'public limited company' or 'plc'
- beledigend zijn of hetzelfde zijn als een bestaand handelsmerk
- Je naam mag ook geen 'gevoelig' woord of uitdrukking bevatten, of een verband met de overheid of lokale autoriteiten suggereren, tenzij je toestemming krijgt

Limited company (Naamloze Vennootschap)

Als je een naamloze vennootschap opricht, staan de financiën ervan gescheiden van jouw persoonlijke financiën, maar zijn er meer rapportage- en managementverantwoordelijkheden:

- Je moet Companies House inlichten indien je het geregistreerde kantooradres van jouw bedrijf wilt wijzigen. Als de wijziging wordt goedgekeurd, zullen ze HM Revenue and Customs (HMRC) inlichten
- Het nieuwe geregistreerde kantooradres van jouw bedrijf moet zich in hetzelfde deel van het VK bevinden als waar het bedrijf was geregistreerd (opgericht)
- Je adres zal niet officieel veranderen totdat Companies House het heeft geregistreerd.

Andere wijzigingen die je moet rapporteren, aan HMRC moet doorgeven zijn indien:

- de contactgegevens van je bedrijf veranderen, bijvoorbeeld je naam, geslacht, bedrijfsnaam of je persoonlijke of handelsadres
- je een accountant of belastingadviseur aanstelt, je bent dan verplicht om Companies House binnen 14 dagen op de hoogte stellen als je wijzigingen aanbrengt in:
- het adres waar je jouw administratie bewaart en welke gegevens je daar bewaart
- bestuurders of hun persoonlijke gegevens, zoals hun adres
- 'people with significant control'(PSC) 'mensen met aanzienlijke controle', of hun persoonlijke gegevens zoals een nieuw adres

- bedrijfssecretarissen (een nieuwe aanstellen of de aanstelling van een bestaande beëindigen)

Je moet Companies House binnen een maand op de hoogte stellen wanneer je meer aandelen in jouw bedrijf uitgeeft.

Wijzigingen aan het Companies House melden

- gebruik de online service van Companies House
- papieren formulieren invullen en verzenden

Wijzigingen die aandeelhouders moeten goedkeuren

Het kan nodig zijn om aandeelhouders over de beslissing te laten stemmen als je:

- de bedrijfsnaam wilt veranderen
- een directeur wilt ontslaan
- de statuten van het bedrijf wilt wijzigen

Dit wordt 'een resolutie aannemen' genoemd. Voor de meeste resoluties is een meerderheid nodig om tot overeenstemming te komen (een zogenaamde 'gewone resolutie'). Voor sommigen is misschien een meerderheid van 75% nodig (een zogenaamde 'speciale resolutie').

De nieuwe bedrijfsnaam wordt pas van kracht nadat deze is geregistreerd door Companies House. Zij zullen je vertellen wanneer dit plaats vindt.

Stemmen door aandeelhouders

- Wanneer je uitzoekt of je de meerderheid hebt, tel dan het aantal aandelen dat de eigenaar stemrecht geeft, in plaats van het aantal aandeelhouders.
- Je hoeft niet per se een aandeelhoudersvergadering te hebben om een besluit te nemen. Als het juiste aantal aandeelhouders jou heeft verteld dat ze het eens zijn, kun je het besluit schriftelijk bevestigen. Maar je moet alle aandeelhouders aanschrijven om hen op de hoogte te stellen van de beslissing.

Controleer de gegevens van je bedrijf

Je moet het volgende controleren:

- de gegevens van je maatschappelijke zetel, bestuurders, secretaris en het adres waar je de administratie bewaart
- je kapitaaloverzicht en aandeelhoudersinformatie als jouw bedrijf aandelen heeft
- je SIC-code (het nummer dat aangeeft wat jouw bedrijf doet)
- je register van 'mensen met aanzienlijke controle' (PSC)

Controleer het Companies House-register en stuur je bevestigingsverklaring.

Stuur jouw bevestigingsverklaring online of per post. Het kost £ 13 om je bevestigingsverklaring online in te dienen en £ 40 per post.

Als je wijzigingen moet doorgeven

Kan je tegelijkertijd wijzigingen in je kapitaaloverzicht, aandeelhoudersinformatie en SIC-codes melden.

Je kunt de bevestigingsverklaring niet gebruiken om wijzigingen door te geven voor:

- de functionarissen van uw bedrijf
- het adres van de maatschappelijke zetel
- het adres waar je jouw administratie bewaart
- mensen met aanzienlijke controle (PSC), je moet deze wijzigingen afzonderlijk indienen bij Companies House.

Indien nodig ontvang je een e-mailwaarschuwing of een herinneringsbrief aan de maatschappelijke zetel van je bedrijf wanneer je bevestigingsverklaring vervalft.

De vervaldatum is meestal een jaar na:

- de datum waarop je bedrijf is opgericht
- de datum waarop je jouw laatste jaarlijkse aangifte of bevestigingsverklaring hebt ingediend. Je kunt jouw bevestigingsverklaring tot 14 dagen na de vervaldatum indienen.

Je kunt een boete krijgen van maximaal £ 5.000 en jouw bedrijf kan worden geschrapt als je de bevestigingsverklaring niet verstuurt.

(Reclame)Borden, briefpapier en promotiemateriaal

Je moet een (reclame)bord met je bedrijfsnaam weergeven op je geregistreerde bedrijfsadres en waar jouw bedrijf ook actief is. Als je jouw bedrijf vanuit huis runt, hoef je daar geen (reclame)bord te plaatsen. Voorbeeld: als je drie winkels hebt en een kantoor dat niet bij jou thuis is, moet je bij elk daarvan een (reclame)bord plaatsen. Het (reclame)bord moet op elk moment gemakkelijk te lezen en te zien zijn, niet alleen wanneer je open bent.

Je moet de naam van jouw bedrijf vermelden op alle bedrijfsdocumenten, publiciteit en brieven. Op zakelijke brieven, bestelformulieren en websites moet je het volgende vermelden:

- het geregistreerde nummer van het bedrijf
- zijn maatschappelijke zetel
- waar het bedrijf is geregistreerd (Engeland en Wales, Schotland of Noord-Ierland)
- het feit dat het een naamloze vennootschap is (meestal door de volledige naam van het bedrijf te spellen, inclusief 'Limited' of 'Ltd')

Als je de namen van bestuurders wilt opnemen, moet je ze allemaal vermelden.

Als je het aandelenkapitaal van jouw bedrijf wilt laten zien (hoeveel de aandelen waard waren toen je ze uitgaf), moet je aangeven hoeveel is 'volgestort' (eigendom van aandeelhouders).

Vennootschap

Een vennootschap is de eenvoudigste manier voor 2 of meer mensen om samen een bedrijf te runnen.

Opzetten

In een vennootschap delen jij en je vennoot (of vennoten) persoonlijk de verantwoordelijkheid voor het bedrijf. Dit bevat:

- eventuele verliezen die het bedrijf lijdt
- rekeningen voor dingen die je voor het bedrijf koopt, zoals aandelen of apparatuur. Vennoten delen de winst van het bedrijf en elke partner betaalt belasting over zijn aandeel.

Een vennoot hoeft geen feitelijk persoon te zijn. Bijvoorbeeld, een vennootschap met beperkte aansprakelijkheid geldt als 'rechtspersoon' en kan ook vennoot zijn.

Wat je moet doen

Wanneer je een zakelijk vennootschap opzet, moet het volgende doen:

- kies een naam
- kies een 'genomineerde vennoot'
- registreren bij HM Revenue and Customs (HMRC)

De 'genomineerde vennoot' is verantwoordelijk voor het beheren van de belastingaangiften van het vennootschap en het bijhouden van zakelijke gegevens. Er zijn verschillende regels voor commanditaire vennootschappen en vennootschappen met beperkte aansprakelijkheid (LLP's).

Uw vennootschap een naam geven

Je kunt onder je eigen naam handelen of je kunt een andere naam voor het bedrijf kiezen. Je hoeft de naam niet te registreren. Je moet de namen van alle partners en de bedrijfsnaam (als je die hebt) vermelden op officieel papierwerk, bijvoorbeeld facturen en brieven.

Bedrijfsnamen

Namen van zakelijke vennootschappen mogen niet:

- omvatten 'limited', 'Ltd', 'limited liability partnership', 'LLP', 'public limited company' or 'plc'
- beledigend zijn
- gelijk zijn aan een bestaand merk

De naam mag ook geen 'gevoelig' woord of uitdrukking bevatten, of een verband met de overheid of lokale autoriteiten suggereren, tenzij je hiervoor toestemming krijgt. Voorbeeld: om 'Accredited' in de naam van je bedrijf te gebruiken, heb je toestemming nodig van het Department for Business, Energy and Industrial Strategy (BEIS).

Controleer voor welke woorden je toestemming nodig hebt om te gebruiken, en van wie.

Stap 3: Fiscale regelgeving en boekhouding

Om legaal een bedrijf te starten in het VK, moet je aan bepaalde voorwaarden voldoen en strikte en grondige wetten, regels en voorschriften volgen. Als je een nieuw bedrijf in het VK wilt starten, moet je verschillende wetten in een ander deel van het VK (Engeland, Wales, Schotland en Noord-Ierland) en andere regels naleven. Sommige van deze wetten kunnen specifiek zijn voor een bepaald deel van het VK, dus je moet de sectorspecifieke informatie voor jouw bedrijf raadplegen om te zien wat op jou en jouw bedrijf van toepassing is..

De regels en voorschriften voor het opzetten van een bedrijf in het VK worden beheerst door verschillende instanties en deze omvatten: HMRC (Her Majesty's Revenue and Customs) HMRC is verantwoordelijk voor alle belastingen in het VK, alhoewel als je in Schotland woont, de Schotse regering heeft enkele extra bevoegdheden. Deze belastingen omvatten personenbelasting, bedrijfsbelasting en belasting over de toegevoegde waarde (btw). Als je van bedrijf naar bedrijf werkt dan zijn de prijzen exclusief btw maar bij van bedrijf naar consumenten is dit inclusief en het standaard btw-tarief is 20%. Er zijn 3 soorten bedrijven: eenmanszaak, naamloze vennootschappen en partnerschappen die worden beheerd door HMRC en Companies House.

Eenmanszaak

Hoe richt je een Eenmanszaak op? Je moet HMRC laten weten dat je belasting betaald via Self-Assessment en elk jaar een belastingaangifte indienen.

Jouw verantwoordelijkheden

- Houd gegevens bij van de verkopen en uitgaven van je bedrijf.
- Stuur elk jaar een Self-assessment belastingaangifte.
- Betaal inkomstenbelasting over uw winst en Class 2 en Class 4 National Insurance.
- Je moet een National Insurance-nummer aanvragen als je naar het VK verhuist om een bedrijf op te zetten.

Naamloze Vennootschap

Als je voor de naamloze vennootschap kiest, is het essentieel om een nauwkeurige administratie bij te houden en belasting en nationale verzekeringen te betalen. In een naamloze vennootschap zijn er verantwoordelijkheden voor bestuurders. Als bestuurder van een naamloze vennootschap moet je het volgende doen:

- Volg de regels van het bedrijf, zoals weergegeven in de statuten
- Houd bedrijfsgegevens bij en rapporteer wijzigingen
- Dien jouw rekeningen en jouw belastingaangifte in
- Vertel andere aandeelhouders of je persoonlijk baat zou kunnen hebben bij een transactie die het bedrijf doet
- Betaal vennootschapsbelasting
- Je kunt andere mensen inhuren om een aantal van deze dingen dagelijks te beheren, maar je bent nog steeds wettelijk verantwoordelijk voor de administratie, accounts en prestaties van het bedrijf.
- Je kunt een boete krijgen, vervolgd of gediskwalificeerd worden als je jouw verantwoordelijkheden als bestuurder niet nakomt.

Bedrijfs- en boekhoudkundige gegevens

Je moet gegevens bewaren van:

- gegevens over het bedrijf zelf
- financiële en boekhoudkundige gegevens

Je kunt een professional (bijvoorbeeld een accountant) inhuren om te helpen met je belasting. HM Revenue and Customs (HMRC) kan jouw administratie controleren om er zeker van te zijn dat je het juiste bedrag aan belasting betaalt.

Gegevens over het bedrijf

Je moet gegevens bewaren van:

- bestuurders, aandeelhouders en secretarissen van de vennootschap
- de resultaten van eventuele stemmen en besluiten van aandeelhouders
- beloften voor het bedrijf om leningen op een specifieke datum in de toekomst terug te betalen ('obligaties') en aan wie ze moeten worden terugbetaald
- beloften dat het bedrijf betalingen doet als er iets misgaat en het de schuld van het bedrijf is ('schadevergoedingen')
- transacties waarbij iemand aandelen in het bedrijf koopt
- leningen of hypotheeken gedekt tegen de activa van het bedrijf

Je moet Companies House op de hoogte stellen als je de administratie ergens anders bewaart dan het geregistreerde kantooradres van het bedrijf.

Register van 'people with significant control' (PSC) 'mensen met aanzienlijke controle'

Je moet ook een register bijhouden van 'mensen met aanzienlijke controle' (PSC).

Het PSC-register moet gegevens bevatten van iedereen die:

- meer dan 25% aandelen of stemrechten in jouw bedrijf heeft

- een meerderheid van de bestuurders kan benoemen of ontslaan
- uw bedrijf of vertrouwen kan beïnvloeden of controleren

Je moet ook gegevens bijhouden als er geen mensen zijn met aanzienlijke controle (PSC).

Lees meer richtlijnen over het bijhouden van een PSC-register als het eigendom en beheer van je bedrijf niet eenvoudig is.

Boekhouding

Je moet een boekhoudkundige administratie bijhouden die omvat:

- al het geld dat het bedrijf heeft ontvangen en uitgegeven
- details van activa die eigendom zijn van het bedrijf
- schulden die het bedrijf verschuldigd is of schulden van het bedrijf
- aandelen die het bedrijf op het einde van het boekjaar in bezit heeft
- de inventarisatie die je hebt gebruikt om het voorraadcijfer te berekenen
- alle gekochte en verkochte goederen
- van wie je ze hebt gekocht en aan wie je ze hebt verkocht (tenzij je een detailhandel runt)

Je moet ook alle andere financiële gegevens, informatie en berekeningen bijhouden die je nodig hebt om de jaarrekening en de vennootschapsbelastingaangifte op te stellen en in te dienen. Deze bevat gegevens van:

- al het geld dat door het bedrijf wordt uitgegeven, bijvoorbeeld bonnen, kleine kasboekjes, bestellingen en pakbonnen
- al het geld dat het bedrijf ontvangt, bijvoorbeeld facturen, contracten, verkoopboeken en kassa bonnen
- alle andere relevante documenten, bijvoorbeeld bankafschriften en correspondentie

Je kunt een boete van £ 3.000 krijgen van HMRC of ongeschikt verklaard worden als bedrijfsdirecteur indien je geen boekhoudkundige gegevens bijhoudt.

Hoe lang moeten de administratie worden bewaard

Je moet een administratie bewaren gedurende 6 jaar vanaf het einde van het laatste boekjaar van het bedrijf waarop ze betrekking hebben, of langer als:

- ze een transactie tonen die betrekking heeft op meer dan een van de boekhoudperioden van het bedrijf
- het bedrijf iets heeft gekocht waarvan het verwacht dat het meer dan 6 jaar meegaat, zoals apparatuur of machines
- je de bedrijfsbelastingaangifte te laat verzonden hebt
- HMRC is begonnen met een nalevingscontrole in uw bedrijfsbelastingaangifte

Als je gegevens verloren, gestolen of vernietigd zijn

Als je jouw gegevens niet kunt vervangen nadat ze zijn verloren, gestolen of vernietigd, moet je:

- je best doen om ze opnieuw te creëren
- het onmiddellijk aan je vennootschapsbelastingkantoor doorgeven
- deze informatie opnemen in je bedrijfsbelastingaangifte

Bevestigingsverklaring (jaarlijkse aangifte)

Je moet elk jaar controleren of de informatie die Companies House over je bedrijf heeft, correct is.

Dit wordt een bevestigingsverklaring genoemd (voorheen een jaarlijkse aangifte).

Geld opnemen uit een naamloze vennootschap

Hoe je geld uit het bedrijf haalt, hangt af van waar het voor is en hoeveel je opneemt:

- Salaris
- Uitgaven, en
- Baten

Als je wilt dat het bedrijf jou of iemand anders een salaris, onkosten of baten betaalt, moet je het bedrijf als werkgever registreren.

- Het bedrijf moet inkomstenbelasting en premies voor de volksverzekeringen inhouden van uw salarisbetalingen en deze betalen aan HM Revenue and Customs (HMRC), samen met de premies van de werkgevers.
- Als jij of een van jouw werknemers persoonlijk gebruik maakt van iets dat tot het bedrijf behoort, moet je dit als een baat melden en de eventueel verschuldigde belasting erover betalen.

Dividenden

Een dividend is een uitkering die een bedrijf aan aandeelhouders kan doen als het winst heeft gemaakt.

- Je kunt dividenden niet als bedrijfskosten rekenen bij het berekenen van de vennootschapsbelasting
- Je onderneming mag niet meer aan dividenden uitkeren dan de beschikbare winsten van het lopende en voorgaande boekjaren.

Om dividend uit te keren, moet je:

- Een bestuursvergadering houden om het dividend 'bekend te maken'
- Notulen maken van de vergadering, zelfs als je de enige bestuurder bent

Dividend administratie

Voor elke dividenduitkering die het bedrijf doet, moet je een dividendbewijs schrijven met daarop:

- de datum
- de Bedrijfsnaam
- de namen van de aandeelhouders aan wie een dividend wordt uitgekeerd
- het bedrag van het dividend

Je moet een kopie van de voucher aan de ontvangers van het dividend geven en een kopie bewaren voor de administratie van uw bedrijf.

Belasting over dividenden

Over dividenduitkeringen hoeft jouw onderneming geen belasting te betalen. Maar aandeelhouders moeten mogelijk inkomstenbelasting betalen als het meer dan £ 2.000 is.

Leningen van bestuurders

- Als je meer geld uit het bedrijf haalt dan je erin hebt gestopt - en het is geen salaris of dividend- wordt dit een 'bestuurderslening' genoemd.
- Als jouw bedrijf 'een bestuurderslening' verstrekt, moet je hiervan een administratie bijhouden.

Bedrijfswijzigingen die je moet doorgeven, wijziging van het geregistreerde kantooradres van je bedrijf.

Vennootschap

Regels voor jouw type bedrijf

Afhankelijk van wat jouw bedrijf doet, heb je mogelijk andere verantwoordelijkheden.

Controleer of je het volgende nodig hebt:

- licenties of vergunningen, bijvoorbeeld om muziek te maken, voedsel te verkopen of op straat te handelen
- verzekeringen

Er zijn ook regels die je moet volgen indien je:

- goederen online verkoopt
- goederen inkoop uit het buitenland of goederen verkoopt in het buitenland
- persoonlijke informatie opslaat of gebruikt

Waar werk je

Kijk wat jouw verantwoordelijkheden zijn als je:

- jouw bedrijf vanuit huis runt

- een plek huurt om je bedrijf te runnen

Als je een woning huurt of koopt, moet je wellicht zakelijke tarieven betalen. Kleine bedrijven kunnen korting krijgen op de zakelijke tarieven en sommigen betalen misschien niets.

Controleer of je het kantoor, eigendommen en apparatuur als onkosten kunt declareren.

Mensen in dienst nemen

Als je uitzendkrachten of freelancers in dienst neemt, heb je een aantal verantwoordelijkheden, bijvoorbeeld hun gezondheid en veiligheid.

Werkgever worden

Er zijn een aantal zaken die je moet regelen als je werknemers in dienst neemt. Je krijgt meer verantwoordelijkheden, waaronder:

- een lopende salarisadministratie
- betalen voor hun nationale verzekering - maar je kunt aanspraak maken op een vergoeding om je factuur te verlagen
- het verstrekken van bedrijfspensioenen aan in aanmerking komend personeel

VAT / BTW-nummer

Je moet jezelf registreren voor VAT als de omzet van jouw bedrijf meer dan £ 85.000 bedraagt. Je kunt jezelf vrijwillig aanmelden wanneer het jouw bedrijf uitkomt, bijvoorbeeld als je verkoopt aan andere VAT-geregistreerde bedrijven en de VAT wilt terugvorderen.

Stap 4: Schrijf een bedrijfsplan

Het is raadzaam om een bedrijfsplan te schrijven. Om jouw zakelijke kansen in kaart te brengen en een goed beeld te krijgen van je risico's. Om te weten wie jouw potentiële klanten zijn ... De eerste stap als het gaat om het starten van een bedrijf in het VK, is het downloaden van een business template (business planning), naast het hebben van een idee en de drive. Dit is een goed hulpmiddel om ervoor te zorgen dat aanvragers in de best mogelijke positie verkeren om financiering te ontvangen. Het business template is niet nodig maar met de gepresenteerde kansen, die zijn dat je tweeënhalf keer meer kans hebt om zaken te doen als je een bedrijfsplan schrijft (volgens externe bronnen), zou het hebben van een solide bedrijfsplan in een template beschouwd moeten worden als een noodzaak.

Een business plan template is handig wanneer:

- Je een bedrijf wilt beginnen
- Je een gevestigd bedrijf hebt en hulp zoekt
- Je jouw doelstellingen moet bepalen
- Je het wilt gebruiken om geld in te zamelen om je bedrijf op te starten

Het gebruik van een business plan template is de beste en snelste manier om alle informatie te verzamelen die je nodig hebt om een bedrijf te starten. Het proces van het invullen van een business plan template kan helpen om de levensvatbaarheid van je zakelijke propositie vanaf het begin te verzekeren, en elimineert zorgen en vragen zoals: Werkt het? Bestaat de markt al? Is er behoefte aan het product of de dienst die je aan wilt bieden?

Stap 5: Opening a Business Account

Het openen van een zakelijke rekening is vaak de volgende logische stap. Zakelijk bankieren is een goede manier om overzicht te houden over je inkomsten en uitgaven. Dit voorkomt ook dat je zakelijke en privé-administratie hopeloos in de war raakt.

In het Verenigd Koninkrijk hebben de overheid en verschillende banken ondernemersregelingen en subsidies voor jonge ondernemers. Met de toezegging van de overheid om small and medium-sized businesses (SMEs) / het midden- en kleinbedrijf (MKB) door de stadia van opstarten en groei te helpen, is er een scala aan financiering voor kleine bedrijven om van te profiteren. Zie onze gids voor overheidssubsidies.

Regional Growth Fund (RGF)

Bedrijven die op zoek zijn naar financiering van minder dan £ 1 miljoen, kunnen ondersteuning aanvragen via Regional Growth Fund programma's.

Dit zijn regelingen die worden beheerd door nationale of lokale organisaties waaraan RGF gelden zijn toegekend om subsidies en/of leningen te verstrekken aan in aanmerking komende bedrijven.

Sinds 2011 is £ 1,7 miljard toegewezen aan RGF-programma's, waarmee meer dan 9.400 kleine en middelgrote bedrijven worden ondersteund.

Om in aanmerking te komen, moet je bedrijf gevestigd zijn in Engeland, een groeiplan hebben, banen creëren of beschermen en privékapitaal investeren. Bekijk de lijst met "live" RGF-programma's en financieringsmogelijkheden.

Startup loans / Startup leningen

Dit door de overheid gefinancierde initiatief biedt leningen, begeleiding en ondersteuning aan Startups of zeer kleine, beginnende bedrijven met potentieel levensvatbare proposities, maar die niet in staat zijn om investeringen van grote banken aan te trekken.

Om in aanmerking te komen, moeten bedrijven nog niet opgestart zijn of minder dan 12 maanden actief zijn geweest. Je kunt deze administratie eenvoudig bijhouden met boekhoudsoftware.

De regeling biedt gratis zakelijke planning om ervoor te zorgen dat aanvragers in de best mogelijke positie verkeren om een financiering te ontvangen.

Elke lening aanvraag wordt in overweging genomen op basis van de behoeften van het bedrijf, met een gemiddelde lening omvang van ongeveer £ 6.000.

De uiteindelijke omvang van de lening wordt bepaald door uw bedrijfsplan. Lees meer over Startup leningen.

Government grants / Overheidssubsidies

Subsidies voor kleine bedrijven zijn beschikbaar bij de Britse regering, het Schotse parlement, de Welsh Assembly en de Northern Ireland Assembly.

Elke subsidieverstrekker heeft zijn eigen aanvraagprocedure en criteria voor aanmelding.

Voor een volledige lijst met verstrekkers gebruik je de overheids [business finance support finder](#). Met deze tool kun je zoeken naar financieringsmogelijkheden op basis van de locatie, de grootte en het type bedrijf dat je runt.

UK Export / VK Export

Het kan Britse exporteurs ook helpen om aanbesteding- en contractobligaties aan te trekken en toegang te krijgen tot werkkapitaalfinanciering. Om in aanmerking te komen voor een exportverzekering, moet je bedrijf in het VK zijn gevestigd en moet de koper uit het buitenland zijn.

Business Finance Partnerships / Vennootschappen voor bedrijfsfinanciering

Met een overheidsinvestering van £ 1,2 miljard is het Business Finance Partnership bedoeld om de financieringsbronnen funding die beschikbaar zijn voor kleine en middelgrote bedrijven te diversifiëren via niet-bancaire kredietverstrekkers. Leningvoorwaarden zullen variëren, maar bedrijven kunnen rechtstreeks financiering aanvragen bij een aantal onconventionele fondsbeheerders en geldschieters.

Stap 6: Milieubeschermingswetten en -regels en het aanvragen van vergunningen (bijv. Bouwvergunning, enz.)

Milieubescherming

Kijk of je een milieuvergunning nodig hebt

Vergunningen voor installaties, middelgrote stookinstallaties, gespecificeerde generator, afval- of mijnafval verwerking, waterlozing of grondwateractiviteiten, of werken aan of nabij een hoofdrijweg of zeewering.

- England
- Wales

- Scotland
- Northern Ireland

Lokale milieuvergunningen

Milieuvergunningen voor lokale autoriteiten (Engeland en Wales)
Lijst met Britse vergunningen kunt u vinden op het internet.

Stap 7: Privacy / Bescherming van persoonlijke gegevens (een zakelijke website maken)

De Data Protection Act 1998 (c 29)(DPA) een wet van het Britse parlement die was ontworpen om persoonlijke gegevens te beschermen die zijn opgeslagen op computers of in een georganiseerd papieren archiveringssysteem. Het heeft de bepalingen van de EU-gegevensbeschermingsrichtlijn van 1995 inzake de bescherming, verwerking en het verkeer van gegevens aangenomen.

Onder de DPA 1998 hadden individuen wettelijke rechten om informatie over zichzelf te controleren. Het grootste deel van de wet was niet van toepassing op huishoudelijk gebruik, [1] bijvoorbeeld het bijhouden van een persoonlijk adresboek. Iedereen die persoonsgegevens voor andere doeleinden had, was wettelijk verplicht deze wet na te leven, met enkele uitzonderingen. De wet definieerde acht gegevensbeschermingsbeginselen om ervoor te zorgen dat informatie rechtmatig werd verwerkt.

Deze is op 23 mei 2018 vervangen door de Data Protection Act 2018 (DPA 2018). De DPA 2018 is een aanvulling op de EU General Data Protection Regulation (GDPR), die op 25 mei 2018 in werking is getreden. De GDPR regelt het verzamelen, opslaan en gebruik van persoonsgegevens aanzienlijk strikter.

Stap 8: Verzekering

Zakelijke verzekeringen

Je bent wettelijk verplicht om een werkgeversaansprakelijkheidsverzekering te hebben.

Als je jouw eerste werknemer in dienst neemt, ben je wettelijk verplicht een werkgeversaansprakelijkheidsverzekering af te sluiten. Zo zijn jouw medewerkers beschermd als ze tijdens het werk ziek worden of letsel oplopen. Je verzekeringscertificaat moet zichtbaar voor het personeel zijn.

Je hebt geen werkgeversaansprakelijkheidsverzekering nodig als je naamloze vennootschap slechts één werknemer heeft die 50% of meer van het aandelenkapitaal bezit (jij dus). Als je een eenmanszaak bent en niemand in dienst hebt, of als je alleen naaste familieleden in dienst hebt, moet je ook worden vrijgesteld.

Als je geen fulltime werknemers in dienst hebt en slechts af en toe personeel inhuurt, uitzendkrachten of seizoenarbeiders inschakelt, moet je wel een verzekering afsluiten.

Je kunt een boete krijgen van maximaal £ 2.500 per dag als je bedrijf geen passend aansprakelijkheidsbeleid voor werknemers heeft. De omvang van de potentiële boete doet de kosten van dekking in het niet vallen, dus je kunt het beter niet uitstellen.

Wettelijke aansprakelijkheidsverzekering

Een wettelijke aansprakelijkheidsverzekering is niet wettelijk verplicht, maar als er mensen naar jouw locatie komen of op enigerlei wijze letsel kunnen oplopen door iets wat jouw bedrijf doet, is het beter om een dekking te hebben.

Afhankelijk van het type bedrijf waarin je actief bent, zul je wellicht merken dat sommige organisaties je verplichten om een dekking voor wettelijke aansprakelijkheid te hebben voordat je een contract krijgt of in hun gebouwen mag werken. Als je bijvoorbeeld een stand op een markt hebt, of een beurs bijwoont om je handelswaren te verkopen, kunnen de organisatoren jou vragen om een wettelijke aansprakelijkheidsverzekering af te sluiten voordat je toestemming krijgt om deel te nemen.

Een wettelijke aansprakelijkheidsverzekering dekt je voor alle geclaimde schade, plus juridische vertegenwoordiging.

Opstalverzekering voor uw pand

Als je een eigen bedrijfspand hebt, moet je deze beschermen, net als je huis. Op het meest basale niveau betekent dit een business buildings insurance policy/bedrijfsgebouwenverzekering die eventuele schade aan je pand dekt in geval van brand, overstroming of een andere ramp. Hoewel het niet verplicht is, is het logisch om een dekking te nemen voor armaturen en toebehoren en eventuele voorraad die je op je terrein hebt. Bij de meeste commerciële eigendomsverzekeringen kunt u deze opties samen met de basisverzekering opstal opnemen.

Motorrijtuigenverzekering

Als je bedrijfsvoertuigen exploiteert, moet je minimaal een WA-verzekering hebben, en bij voorkeur een volledige dekking. Onthoud dat werknemers minder geneigd zijn om voor hun bedrijfswagen te zorgen, dus het kan zijn dat je vaker aanspraak maakt op je polis dan je zou verwachten met een privéauto.

Branchespecifieke verzekeringen

Als je deel uitmaakt van een erkend beroep, vraag dan bij je brancheorganisatie na welke verzekeringspolissen zij aandrigen of aanbevelen. Advocaten zijn bijvoorbeeld verplicht om een verzekeringspolis te hebben om de wet te kunnen uitoefenen.

Zakelijke verzekeringen die je zou moeten hebben

Professional Indemnity (PI) insurance/Beroepsaansprakelijkheidsverzekering (PI)

Beroepsaansprakelijkheid, of PI-verzekering, biedt professionele bedrijven bescherming tegen claims van hun klanten, voor schade veroorzaakt door professionele nalatigheid.

Veel bedrijven, met name grotere organisaties, eisen nu dat je een PI-dekking hebt voordat ze je aannemen. Aangezien dit in veel bedrijfstakken gebruikelijk is, is een beroepsaansprakelijkheidsverzekering in feite een onmisbare verzekering voor de meeste aannemers, consultants en freelancers. Zelfs als je het niet voor jouw klanten hoeft te hebben, is het raadzaam om een beroepsaansprakelijkheidsverzekering af te sluiten als je enige vorm van service aanbiedt aan bedrijven of het publiek.

Director's & Officers verzekering

De Director's & Officers-verzekering dekt de wettelijke verplichtingen die je hebt als bestuurder van een naamloze vennootschap en eventuele juridische kosten als je iets verkeerd doet. Deze dekking wordt ook wel vaak D & O-verzekering genoemd.

Employee travel insurance /Reisverzekering voor werknemers

Als je van je werknemers verlangt dat ze naar het buitenland reizen, moet je ze goed verzekeren bij een gerenommeerd bedrijf dat in geval van nood voor hen zorgt. Vergeet niet om te controleren of hun bagage, geld en eventuele laptop meeverzekerd zijn.

Product liability cover /Productaansprakelijkheidsdekking

Als je producten produceert, repareert of verkoopt kun je aansprakelijk worden gesteld voor eventueel letsel of schade veroorzaakt door defecten.

Pollution risk insurance/ Verzekering tegen vervuilingsrisico

Als je iets vervaardigt en er is enig risico dat je het milieu vervuult, dekt dit de kosten van een eventuele schoonmaakoperatie, plus claims tegen jouw bedrijf.

Een selectie van meer specifieke zakelijke verzekeringen die je zou kunnen nemen:

Key person insurance/ Key person verzekering

Als je bedrijf tot stilstand komt als jij, of een andere werknemer, zwaargewond of om het leven komt, beschermt een key person-verzekering het bedrijf tegen inkomstenderving terwijl een vervanger wordt gevonden.

Business continuity insurance/ Bedrijfscontinuïteitsverzekering

Dit wordt ook wel een bedrijfsschadeverzekering genoemd en beschermt je tegen elke verstoring die kan leiden tot inkomstenderving, zoals een grote ramp. Je moet ernaar streven om gebeurtenissen te dekken die niet al in je andere verzekeringspolissen zijn opgenomen, of waarbij er sprake zal zijn van een langdurige onderbreking (zoals totaal verlies van panden).

Trade credit insurance/ Handelskredietverzekering

Zal uitbetalen als je een oninbare schuld hebt. Zeker de moeite waard om naar te kijken als je een klein aantal hoogwaardige artikelen verkoopt.

Glass & sign cover /Glas & (reclame)borden dekking

Als u een winkel heeft met een groot raam of dure (reclame)borden valt deze mogelijk niet onder een andere verzekering als deze is vernield door vandalen.

Plant and business equipment cover/ Dekking voor fabrieks- en bedrijfsuitrusting

Als je afhankelijk bent van belangrijke dure machines, zorg dan voor een verzekering voor het geval ze beschadigd of gestolen zijn.

Goods in transit insurance/ Goederendoorvoer verzekering

Als je grote hoeveelheden voorraad verplaatst, biedt dit je extra bescherming tegen ongevallen of diefstal.

Money insurance/ Geldverzekering

Als je grote hoeveelheden contant geld of andere waardevolle documenten bezit, kan dit je enige bescherming bieden tegen verlies of diefstal.

Fidelity guarantee/ Getrouwheidsgarantie

Deze dekking beschermt jouw bedrijf tegen verlies van geld of aandelen als een van je medewerkers ontrouw is. Het is onwaarschijnlijk dat het kosteneffectief is totdat je een aanzienlijk aantal werknemers hebt.

Engineering insurance/ Technische verzekering

Biedt dekking tegen elektrische of mechanische defecten van essentiële apparatuur.

Stap 9: Human Resources Management

Personeel aannemen

Als je uitzendkrachten of freelancers in dienst neemt, heb je een aantal verantwoordelijkheden, bijvoorbeeld hun gezondheid en veiligheid.

Werkgever worden

Er zijn een aantal dingen die je moet doen als je zelf werknemers in dienst neemt. Je krijgt meer verantwoordelijkheden, waaronder:

- lopende salarisadministratie
- betalen voor hun nationale verzekering - maar je kunt een vergoeding aanvragen om je kosten te verlagen
- het verstrekken van bedrijfspensioenen aan in aanmerking komende werknemers

Stap 10 Patenten en Brands

Je moet je naam als handelsmerk registreren als je wilt voorkomen dat mensen onder jouw bedrijfsnaam handelen.

Als je voor de rechtsvorm naamloze vennootschap kiest, moet je jezelf registreren bij Companies House en moet je mogelijk specialistisch advies inwinnen over bescherming van intellectuele eigendom om auteursrechten, handelsmerken, modelregistratie of octrooien te dekken.

Intellectual Property (IP) Insurance/ Verzekering voor intellectuele eigendom (IP)

Een groot deel van de waarde van veel moderne bedrijven bestaat uit immateriële activa zoals intellectuele eigendom. Als uw bedrijf innovatief is en afhankelijk is van patenten, handelsmerken of ontwerpen, kun je overwegen jezelf te beschermen met een intellectuele eigendomsverzekering.

Hoofdstuk 14 Nederland: Stapsgewijs

Introductie

Een bedrijf starten in Nederland kan een langdurig proces zijn met alle wet-, regelgeving en regels, maar ook met alle mogelijkheden en kansen. Het is misschien moeilijk, maar het is de moeite waard, aangezien Nederland enorm veel ondersteuning biedt voor alle zaken, of het nu gaat om juridische kwesties, financiële ondersteuning, advies, etc. Met plaatsen als "Area 071" in Leiden bijvoorbeeld, daar heb je alles en iedereen die je nodig hebt om jou en je nieuw gestarte bedrijf ondersteunen. Ook staan zowel de Belastingdienst als het Handelsregister voor je klaar en staan ze in elke provincie in Nederland vermeld.

Om legaal een bedrijf te starten in Nederland, moet je aan bepaalde voorwaarden voldoen en strikte en gedegen wetten, regels en voorschriften volgen. Als je een nieuw bedrijf in Nederland wilt starten, moet je je aan verschillende (overheids-) regels houden. Sommige van deze wetten kunnen sectorspecifiek zijn, dus je moet de sectorspecifieke informatie voor jouw bedrijf raadplegen om te zien wat op jou en jouw bedrijf van toepassing is.

Om te beginnen moeten ondernemers die van plan zijn om in Nederland te blijven aan een aantal voorwaarden voldoen. Als je geen EU-burger bent, moet je tegelijkertijd een tijdelijke (bijv. Visum) en permanente (bijv. Dubbele nationaliteit) verblijfsvergunning aanvragen. Als je zaken wilt gaan doen in Nederland, heb je daarnaast een zakelijke bankrekening (bijvoorbeeld IBAN) nodig of moet je deze aanvragen. Het schrijven van een bedrijfsplan is geen noodzaak bij het starten van een rechtsgeldig bedrijf, maar het helpt wel om dit te doen. Als het om een bedrijf gaat, moet je altijd een rechtsgeldige bedrijfsstructuur selecteren en de genoemde structuur bepaalt zaken als aansprakelijkheid, belastingverplichtingen en nog veel meer. In het kort over de rechtsgeldige bedrijfsstructuren, enkele voorbeelden die kunnen worden gegeven, zijn een eenmanszaak of een besloten vennootschap.

Stap 1: Kies rechtsvorm

Ieder bedrijf dient ingeschreven te zijn in het Handelsregister van de Kamer van Koophandel (KvK). In het overzicht rechtsvormen moet je direct aangeven welke rechtsvorm het beste van toepassing is op jouw bedrijf. De rechtsvorm die je kiest heeft gevolgen voor onder meer de aansprakelijkheid van de organisatie en bepaalde fiscale verplichtingen. Er zijn veel rechtsvormen om uit te kiezen, we hebben hieronder een uitsplitsing gemaakt. De meeste starters kiezen voor een eenmanszaak. Zijn er meerdere eigenaren? Dan kiezen ze vaak voor een vennootschap (VoF) of BV. Degenen die het meest geschikt zijn voor jonge ondernemers worden verder beschreven.

De Nederlandse rechtsvormen waar je uit kunt kiezen zijn:

- *Eenmanszaak*

De meeste mensen besluiten om een eenmanszaak op te richten als ze voor zichzelf beginnen.

Freelancer en/of ZZP'er (Zelfstandige zonder personeel) zijn is geen rechtsvorm. Ook als zelfstandige of freelancer moet je een rechtsvorm kiezen, bijvoorbeeld een eenmanszaak.

Het opzetten van een eenmanszaak heeft een aantal voordelen: het is snel, gemakkelijk en biedt vaak meer belastingvoordelen dan het opzetten van een besloten vennootschap, vooral in de beginjaren. Een nadeel van het vestigen van een eenmanszaak is dat je persoonlijk aansprakelijk bent voor jouw bedrijfsschulden.

Het enige dat je hoeft te doen om je als eenmanszaak in Nederland te vestigen, is je in te schrijven bij de Kamer van Koophandel en dit proces kost € 50, -. Je kunt maar één eenmanszaak opzetten, maar je kunt opereren onder verschillende handelsnamen, verschillende commerciële activiteiten uitoefenen en werken vanuit meerdere panden.

Als je een eenmanszaak hebt, is je bedrijf geen rechtspersoon. Dit betekent dat je zelf aansprakelijk bent voor al jouw acties en financiën.

- *Vennootschap onder Firma (VoF)*

In een VoF start je samen met een of meerdere andere ondernemers een bedrijf. Het is de bedoeling dat alle partners iets bijdragen aan het bedrijf. Vaak is dit een geldbedrag, maar soms ook goederen of werkuren. Voor een VoF heb je geen startkapitaal nodig. De onderlinge afspraken leg je vast in een VOF-contract. Elke deelnemer is privé aansprakelijk voor de gehele VOF. Als je een VoF wilt starten, meld je dan aan bij het Handelsregister van de Kamer van Koophandel (KvK). Alle basisgegevens zoals de naam, activiteit en de namen van de partners worden geregistreerd.

- *Besloten Vennootschap (BV)*

Een mogelijkheid is om een rechtspersoon op te richten in de vorm van een Besloten Vennootschap (BV). Het grote voordeel van een BV is dat het een zelfstandige entiteit is. De BV is over het algemeen aansprakelijk voor eventuele schulden, en niet jij als individu. Als bestuurder ben je in dienst van de BV en handel je namens de BV. Het is mogelijk om alleen of samen met andere natuurlijke personen en/of entiteiten een BV op te richten (een voorbeeld hiervan is Area 071). Het eigen vermogen van een besloten vennootschap is verdeeld in aandelen die eigendom zijn van de aandeelhouders (de eigenaren voeren zelf de dagelijkse taken uit en runnen het bedrijf)

Het starten van een besloten vennootschap of het veranderen van je eenmanszaak in een besloten vennootschap is in de loop der jaren een stuk gemakkelijker geworden door de flexibiliteit en groei in de ondernemersmarkt.

Als je een besloten vennootschap hebt, bent je in theorie niet persoonlijk aansprakelijk voor de schulden van jouw bedrijf. Banken vragen echter over het algemeen dat je als bestuurder en grootaandeelhouder mee tekent voor leningen als particulier voor bescherming en een vorm van verzekering.

- *Limited Liability Partnership (LLP) (Partnerschap met beperkte aansprakelijkheid)*

Limited Liability Partnership (LLP) is een rechtsvorm uit Engeland die in Nederland wordt erkend. LLP is te vergelijken met een VoF en Maatschap: een samenwerkingsverband tussen minimaal twee (rechts) personen. Met een LLP heb je recht op de starttoeslag, de zelfstandigenaftrek en de mkb-winstvrijstelling. Bovendien zorgt het LLP voor beperkte aansprakelijkheid

- *Commanditaire Vennootschap (CV)*

Een Commanditaire Vennootschap (CV) is interessant als je niet genoeg geld hebt om op te starten. Een CV heeft beherende en stille partners, de beherende vennoot heeft de dagelijkse leiding van het bedrijf en de stille partners zijn slechts geldschieters.

- *Maatschap*

In een Maatschap, oefenen 2 of meer personen hun beroep uit onder een gemeenschappelijke naam. Iedere deelnemer draagt iets bij, zoals arbeid, geld of goederen en het voordeel wordt verdeeld.

- *Stichting*

Wil je een bepaald sociaal, sociaal of idealistisch doel bereiken, zoals natuurbehoud, hulp aan andere mensen of het verspreiden van cultuur? en Heb je hiervoor geld beschikbaar? Dan kunt je kiezen voor een Stichting als rechtsvorm. Je kunt alleen of met anderen een Stichting opzetten. De Stichting gebruikt eventuele winst om het ideale doel te bereiken.

- *Vereniging*

Heb je een wens of doel en wil je daar samen met anderen aan werken, zoals een sportvereniging of belangenvereniging? Dan kun je de Vereniging als rechtsvorm kiezen.

- *Coöperatieve vereniging*

Een coöperatieve en onderlinge waarborgmaatschappij (voluit: coöperatieve vereniging) is een bijzondere vereniging die zich richt op samenwerking en die overeenkomsten aangaat met en voor haar leden.

Stap 2: Schrijf je bedrijf officieel in bij de Kamer van Koophandel

Een bezoek aan de Kamer van Koophandel (KvK) is verplicht voor (bijna) iedereen die een eigen bedrijf start. Om zaken te kunnen doen, moet jouw bedrijf zijn ingeschreven in het Handelsregister van de Kamer van Koophandel (KvK). Logischerwijs is de volgende stap het kiezen van een geschikte "handelsnaam" voor jouw bedrijf. Om verder te komen moet de naam origineel zijn en geen plagiaat van een ander groot of klein merk/bedrijf. Zoals eerder vermeld moet je jouw naam registreren in het handelsregister, dit moet uiterlijk een week nadat je bent begonnen. Maak online een afspraak en ga dan naar een Kamer van Koophandel. De inschrijving kost € 50, dit zijn kosten die je van de winst kunt aftrekken. Je ontvangt direct een KvK-nummer.

5.3.3. Stap 3: Fiscale regelgeving en boekhouding

Als je jouw bedrijf hebt ingeschreven in het Handelsregister van de Kamer van Koophandel, hoef je jezelf niet apart in te schrijven bij de Belastingdienst, dit gebeurt automatisch.

Btw-identificatienummer en btw-nummer

Er komen meer rechtspersonen in beeld, zoals de Belastingdienst. Als jouw bedrijfsstructuur een eenmanszaak of maatschap is, krijg je een btw-nummer, zodat je jezelf niet apart bij de Belastingdienst hoeft aan te melden. BV's dienen zich in te schrijven via een notaris, die namens jou de inschrijving bij de Belastingdienst verzorgt.

Belasting over de Toegevoegde Waarde (BTW) / Omzetbelasting

BTW moet betaald worden door alle eindgebruikers, met soms de mogelijkheid voor vrijstelling van rechtsvormen en/of startups).

Goede feiten om te weten: de Belastingdienst stuurt je na een week per post een BTW identificatienummer en BTW nummer als blijkt dat je BTW plichtig bent.

- Je vermeld het BTW identificatienummer op je facturen, offertes en website
- Je gebruikt het omzetbelastingnummer om aangifte omzetbelasting bij de Belastingdienst in te dienen.

Voor 2020 was er maar een nummer: het BTW nummer. Dit was echter gekoppeld aan je BSN, waardoor het privacygevoelig was. Uiteindelijk werkt de Belastingdienst toe naar één veilig nummer voor klanten om belasting te betalen.

Ben je ondernemer en heb je zelfstandig een bedrijf of beroep? Dan betaalt je over jouw omzet BTW (omzetbelasting). De rechtsvorm (bv. BV of NV) is niet van belang voor het betalen van BTW. Een stichting of vereniging betaalt ook BTW als de Belastingdienst dit als onderneming beschouwt.

De voorwaarden voor BTW zijn anders dan voor inkomstenbelasting. Op hoeveel btw moet je rekenen?

- Het standaardtarief voor BTW is 21%. Soms bereken je een ander tarief
- Voor bepaalde diensten bereken je 9% BTW. Bijvoorbeeld als je fietsen repareert of als je kapper bent
- Voor bepaalde goederen bereken je 9% BTW. Bijvoorbeeld voor eten, boeken en medicijnen
- Diensten met 0% BTW zijn bijvoorbeeld internationaal personenvervoer
- Goederen met 0% BTW zijn bijvoorbeeld goederen die je direct naar de veiling brengt
- In sommige branches en bij een aantal activiteiten hoef je geen BTW in rekening te brengen. Bijvoorbeeld in het onderwijs of als je excursies en rondleidingen verzorgt, je hebt dan vrijstelling van BTW

Is het voor jou niet duidelijk welk tarief je moet berekenen? De Belastingdienst onderzoekt afzonderlijk het btw-tarief van sommige producten en diensten, mochten daar vragen over zijn.

Vennootschapsbelasting (VPB)

Heb je bijvoorbeeld een BV of NV? Dan moet je aangifte vennootschapsbelasting (VPB) doen voor je bedrijf. De vennootschapsbelasting is een belasting over de belastbare winst. Soms moet een stichting of vereniging ook aangifte vennootschapsbelasting doen, afhankelijk van de hoogte van de winst geldt een vrijstelling.

Betalen over belastbare winst

Je bedrijf betaalt vennootschapsbelasting (VPB) over de belastbare winst in een boekjaar. Winsten kunnen nog steeds worden verlaagd als uw bedrijf verliezen kan compenseren. Een boekjaar is vaak hetzelfde als een kalenderjaar. Maar ook binnen de vennootschapsbelasting is een gebroken boekjaar (bijvoorbeeld van mei tot april) toegestaan. Het boekjaar voor de aangifte vennootschapsbelasting moet gelijk zijn aan het boekjaar in de statuten van de vennootschap.

Dividendbelasting

Dividendbetalingen door het bedrijf aan vennoten of aandeelhouders. Als uw NV of BV winst maakt, kan het bedrijf een deel van die winst uitkeren aan de aandeelhouders. Dit gebeurt meestal in de vorm van dividend. Het bedrijf dat het dividend uitkeert, moet dan dividendbelasting betalen aan de belastingdienst. In een aantal gevallen kun je in aanmerking komen voor (gedeeltelijke) vrijstelling of teruggaaf van dividendbelasting.

Stap 4: Schrijf een bedrijfsplan

Starters zien er soms tegen op om een bedrijfsplan te schrijven. Maar als je dit serieus neemt, kan het je veel voordeel opleveren:

- Je brengt je zakelijke kansen in kaart
- Je krijgt een goed beeld van je risico's
- Je weet wie je potentiële klanten zijn
- Je bent op de hoogte van relevante marktontwikkelingen
- Je maakt meer indruk op potentiële investeerders
- Zie ook Green Book, hoofdstukken 11 en 18

Bij het starten van een bedrijf is het altijd de bedoeling om te groeien en uit te breiden. Groei en uitbreiding betekent dat je meer mensen bij jouw zaak moet betrekken, d.w.z. mensen aannemen. Als je van plan bent personeel aan te nemen, moet je jezelf eerst als werkgever aanmelden bij de Belastingdienst.

Stap 5: Een zakelijke rekening openen

Het openen van een zakelijke rekening is vaak de volgende logische stap. Zakelijk bankieren is een goede manier om overzicht te houden over je inkomsten en uitgaven. Dit voorkomt ook dat je zakelijke en privé-administratie hopeloos in de war raakt.

In Nederland hebben verschillende banken ondernemersregelingen voor jonge ondernemers:

Qredits heeft in Nederland ruim honderd miljoen euro beschikbaar aan microkredieten. Qredits, de handelsnaam van de Stichting Microkrediet Nederland, springt in het gat dat de banken laten vallen. Sinds begin dit jaar zet de stichting zich in voor kleine ondernemers, ook voor kansarme groepen. Geld lenen bij banken is altijd een uitdaging geweest voor kleinere ondernemers, maar door de financiële crisis is het voor veel (startende) ondernemers een onmogelijke opgave geweest. Daarom wil Stichting Microkrediet Nederland kleine ondernemers door heel Nederland helpen krediet te krijgen onder de naam Qredits uit Almelo.

Overheidssubsidies

De minister van Sociale Zaken en Werkgelegenheid stelt vanaf 2020 € 48 miljoen beschikbaar voor initiatieven gericht op het stimuleren van leren en ontwikkelen in het MKB. Daarnaast komt voor hetzelfde doel € 1,2 miljoen beschikbaar bij grote bedrijven in de agrarische, horeca en recreatiesector.

Houd de website goed in de gaten. Eventuele updates met betrekking tot de SLIM-subsidieregeling worden op de website vermeld.

Stap 6: Milieubeschermingswetten en -regels en het aanvragen van vergunningen

In de meeste gevallen heb je geen diploma of beroepskwalificatie nodig om een bedrijf te starten, maar in sommige gevallen zijn voor bepaalde beroepen een diploma of beroepskwalificatie vereist.

Als ondernemer moet je soms rekening houden met het aanvragen van vergunningen. Vergunningen zijn belangrijk en in sommige gevallen verplicht, als je een bedrijf wilt starten. Bij de Kamer van Koophandel kun je in detail vinden welke vergunningen je nodig hebt voor je bedrijf. Daarnaast stelt de gemeente waar jouw bedrijf zich bevindt ook bepaalde eisen, voor deze specifieke eisen gelden per gemeente verschillende regels.

In zakelijk opzicht speelt het vaststellen van een fysieke locatie een grote rol. Er moet een bestemmingsplan worden overwogen voor de voortgang van je bedrijf. Ga je jouw bedrijf vestigen op een bepaalde locatie, dan moet deze locatiekeuze passen in het gemeentelijk bestemmingsplan. Als dit niet het geval is, kun je een “Alles-in-één Vergunning Fysieke Aspecten” aanvragen om jouw plannen toch uit te voeren. Nadat een voorkeurslocatie in een gemeentelijk gebied is overwogen, is de volgende stap voordat een bedrijf wordt opgericht, rekening te houden met milieuregels die een negatieve invloed kunnen hebben op het milieu (bijv. afval, gevaar voor wilde dieren/publiek, enz.). Als je denkt dat dit het geval zou kunnen

zijn, dien je vooraf een melding bij milieubeheer in te dienen bij de gemeente, tenzij je vooraf in het bezit bent van een “Alles-in-één Vergunning Fysieke Aspecten”.

Zowel bij de Kamer van Koophandel als bij de gemeenten zijn experts aanwezig die je op weg kunnen helpen in de wirwar van vergunningen. Hieronder vindt je algemene informatie over vergunningen die je zeker nodig hebt.

Bestemmingsplan

In Nederland bepalen overheidsbestemmingsplannen waar je wel en niet je bedrijf kunt vestigen. In deze bestemmingsplannen staat ook wat de bestemmingen zijn van jouw bedrijfspand en kavel en wat er kan veranderen in de omgeving van uw bedrijf. Het is daarom belangrijk om te weten wat er in het bestemmingsplan staat, zodat je niet voor verrassingen komt te staan. Ook moet je er rekening mee houden dat een gemeente een bestaand bestemmingsplan kan wijzigen. Het is belangrijk om de procedure hiervoor te kennen, want de toekomst van jouw bedrijf kan hiervan afhangen.

Milieuvoorschriften en vergunningen voor starters

Daarnaast hebben ondernemers vaak te maken met milieuregels op het gebied van geluid, energie en afval. De regels die op jou van toepassing zijn kunnen per regio, vakgebied en type bedrijf verschillen. Om dit te vergemakkelijken is in 2010 de omgevingsvergunning ingevoerd. In de omgevingsvergunning zijn circa 25 andere vergunningen opgenomen, waaronder de hieronder besproken Milieuvergunning, Bouwvergunning en Gebruiksvergunning.

Milieuvergunning

Als je een bedrijf in Nederland wilt opzetten, krijg je te maken met de Wet milieubeheer. Deze wet is van toepassing op bijna alle bedrijven en is bedoeld om de milieuvervuiling binnen de wettelijke normen te houden. Als je overlast, gevaar of schade kunt veroorzaken, heb je waarschijnlijk een vergunning nodig. Sommige ondernemers komen in aanmerking voor een vrijstelling. De rijksoverheid heeft hierover meer informatie.

Bouwvergunning

Als je jouw bedrijfspand wilt (ver) bouwen, moet je ook diverse vergunningen aanvragen, dat kan met een omgevingsvergunning. Je krijgt dan te maken met de Woningwet, het Bouwbesluit en de gemeentelijke bouwvoorschriften. Voor meer informatie kun je terecht in de gemeente waarin je gaat (ver) bouwen.

Gebruiksvergunning

Het vergunningensysteem voor brandveilig gebruik kent twee procedures. Namelijk;

- een procedure waarbij een vergunning voor brandveilig gebruik wordt verleend. Vaak bekend onder de naam "Gebruiksvergunning", dit is bijv. nodig als in de accommodatie kinderen onder de 12 jaar aanwezig zijn enz.
- de tweede procedure is een aanvraag waarvoor een "brandveilig gebruiksrapport" wordt aangevraagd. Dit is alleen verplicht als er meer dan 50 personen tegelijk in een winkel of

kantoorpand worden toegelaten. De gebruiksvergunning en het rapport brandveilig gebruik dienen zowel schriftelijk (formulieren en tekeningen/plattegronden) te worden aangevraagd als middels een korte procedure te worden afgerond.

Overige milieuvergunningen

Andere milieuvergunningen zijn::

- sloopvergunning
- vergunning afvalstoffen
- huisvestingsvergunning
- monumentvergunningen

Denk je dat je een omgevingsvergunning nodig hebt? Doe dan eerst de vergunning controle. Een omgevingsvergunning vraag je online aan via de milieubalie.

Lokale belastingen: vergunningen

Elke gemeenteraad stelt een Algemeen Plaatselijke Verordening (APV) op, dat het gebruik van de openbare ruimte regelt (bijvoorbeeld voor terrassen, reclame). De APV kent doorgaans een vergunningensysteem waarbij toepasselijke verboden niet voor jou gelden als je hiervoor een vergunning hebt gekregen. Aan het verkrijgen van deze vergunningen zijn kosten verbonden.

Werk vanuit huis

Soms is het kiezen van een nieuwe locatie voor jouw bedrijf misschien niet ideaal als je klein wilt beginnen of niet teveel ruimte nodig hebt. In wezen zou je een bedrijf kunnen starten vanuit je eigen huis en als je van plan bent een bedrijf vanuit huis te runnen, bent je normaal gesproken verplicht om dit plan te melden bij de plaatselijke gemeente. Ook moet je rekening houden met diverse fiscale en hypotheekzaken.

Stap 7: Privacy / bescherming van persoonlijke gegevens (een zakelijke website maken)

Tegenwoordig kan een bedrijf niet meer zonder een zakelijke website, die je vervolgens kunt promoten op de bekende Social Media.

Nederland heeft een hoog percentage algemene internet-, sociale netwerksite- en smartphonegebruikers. De Nederlandse Grondwet bevat een bepaling over de bescherming van de privacy van persoonsgegevens. De Wet bescherming persoonsgegevens regelt in grote lijnen de bescherming van persoonsgegevens; online privacy wordt met name geregeld door de Telecommunicatiewet, die onlangs is gewijzigd om privacy bepalingen op te nemen die volgens sommige commentatoren strenger zijn dan die van de EU. Nederland heeft belangrijke privacyrichtlijnen van de Europese Unie, zoals de richtlijn persoonsgegevens, de richtlijn gegevensbewaring en de richtlijn privacy en elektronische communicatie, in de nationale wetgeving opgenomen..

Voor de verwerking van eventuele persoonsgegevens in Nederland is ondubbelzinnige toestemming van de betrokkene vereist; bepaalde soorten persoonlijke gegevens, zoals gegevens over iemands religie, mogen echter niet worden verwerkt. Internetserviceproviders hebben de plicht om de privacy van gebruikers en abonnees te beschermen. De Autoriteit Persoonsgegevens is een belangrijke instantie die zich bezighoudt met de bescherming van persoonsgegevens, maar twee andere instanties spelen een rol bij het toezicht op telecomaanbieders en de telecommarkt. Een van de mogelijke toekomstige veranderingen in het Nederlandse juridische kader van online privacy is de goedkeuring van een grondwetswijziging over de bescherming van digitale rechten.

Wettelijk kader

De Grondwet van het Koninkrijk der Nederlanden voorziet in de bescherming van de persoonlijke levenssfeer in artikel 10, dat als volgt bepaalt:

Een ieder heeft recht op eerbiediging van zijn persoonlijke levenssfeer, onverminderd de beperkingen bij of krachtens de wet gesteld. De wet stelt regels ter bescherming van de persoonlijke levenssfeer in verband met de vastlegging en verspreiding van persoonsgegevens. De wet stelt regels omtrent het recht dat personen op de hoogte te worden gehouden van over hen geregistreerde gegevens en het gebruik dat daarvan wordt gemaakt, en deze te laten corrigeren. [7] De grondwet voorziet ook in de onschendbaarheid van de persoon [8] en het huis [9] en beschermt tegen de schending van de privacy van correspondentie en van de telefoon en telegraaf, tenzij anders bepaald in de wetten van het parlement [10].]

Als het gaat om de verwerking van persoonsgegevens, wordt de opslag en verwerking gereguleerd door de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG). De AVG bestaat uit een aantal regels voor de (automatische) verwerking van persoonsgegevens. Deze EU-verordening dwingt je als ondernemer om zorgvuldiger en verantwoordelijker om te gaan met persoonsgegevens van klanten, personeel of anderen. Dat betekent dat uw website een AVG-beveiligde website moet zijn. Deze wet geeft mensen sterkere privacy rechten en organisaties meer verantwoordelijkheden. Zo zijn organisaties verplicht om te laten zien welke persoonsgegevens ze verzamelen en hoe ze deze gebruiken en beveiligen. Mensen hebben het recht om gegevens te laten verwijderen als ze niet langer willen dat een organisatie persoonsgegevens over hen verwerkt.

AVG-handleiding | Algemene verordening gegevensbescherming (AVG)

Instructies

Om managers en ondernemers te helpen tijdig voorbereid te zijn op alle veranderingen, heeft het ministerie van Justitie en Veiligheid (JenV) een handleiding van 98 pagina's uitgegeven waarin volledig wordt uitgelegd hoe de nieuwe wet en de nodige maatregelen geïmplementeerd en gecontroleerd moeten worden. Het document, getiteld 'Handboek Algemene Verordening Gegevensbescherming en Uitvoeringswet Algemene Verordening Gegevensbescherming', is opgesteld door adviesbureau Overweging onder auspiciën van het Ministerie van JenV. Daarnaast is bij het opstellen van de handleiding ook een externe klankbordgroep geraadpleegd.

De uitgebreide gebruikershandleiding loopt stap voor stap langs de verschillende punten die van belang zijn voor wie met de AVG te maken krijgt. Dit is ook het eerste punt waar het document over gaat: op wie is de AVG eigenlijk van toepassing? In het algemeen kan worden gesteld dat de wet van toepassing is op iedereen die zich bezighoudt met de opslag en verwerking van persoonsgegevens van EU-burgers. Dit kunnen zowel bedrijven en instellingen zijn als mensen, zoals zelfstandigen. Er zijn echter enkele uitzonderingen. Zo is de wet niet van toepassing als de verwerking uitsluitend is bedoeld voor puur persoonlijke of huishoudelijke activiteiten die geen verband houden met zakelijke activiteiten. Daarnaast is de verwerking van persoonsgegevens door de politie bij het opsporen van strafbare feiten vrijgesteld van de regeling. Hierop is de aparte Wet politiegegevens van toepassing.

De overgang naar de nieuwe wetgeving heeft ook nu nog een grote impact op bedrijven en instellingen. Om ervoor te zorgen dat de organisatie op tijd goed georganiseerd is om aan de aangescherpte regels te voldoen, is het vaak nodig om grote aanpassingen door te voeren met betrekking tot processen, systemen, werkwijze, cultuur, personeel en beleid.

Bedrijven die hun zaken niet op orde hebben lopen een groot risico: bij niet-naleving kunnen hoge boetes worden uitgedeerd, oplopend tot € 20 miljoen, of zelfs 4% van de wereldwijde jaaromzet van een bedrijf als dit meer is dan € 20 miljoen.

Functionaris voor gegevensbescherming

Een belangrijke nieuwe taak voor veel van de bedrijven en instellingen die met de AVG te maken hebben, is het aanstellen van een Functionaris Gegevensbescherming (FG), wiens taak het is om toe te zien op de naleving van de regels. Op deze manier moet de FG er ook rekening mee houden dat de verschillende elementen binnen een organisatie goed gewapend zijn tegen de huidige cyberdreigingen. Dit houdt bijvoorbeeld in dat medewerkers zorgvuldig met data omgaan en cybercriminelen buiten de (digitale) deur houden.

Stap 8 Verzekering

Een ongeval - of het nu een lichamelijk of psychisch probleem is - zit in een klein hoekje. Waar je als werknemer nog kon rekenen op de steun van je werkgever, ben je als ondernemer verantwoordelijk voor de (financiële) gevolgen van ziekte en ongevallen.

Voor freelancers/zzp'ers in Nederland is het op dit moment, in tegenstelling tot voor werknemers, niet verplicht om een verzekering voor ziekte, invaliditeit of werkloosheid te hebben. Daarom moeten zij zelf een regeling treffen voor dit soort sociale verzekeringen als zij een uitkering willen ontvangen bij bijvoorbeeld ziekte of arbeidsongeschiktheid. Er zijn echter uitkeringsregelingen voor zwangerschapsverlof en kinderopvang beschikbaar. Nationale verzekeringen (sociale zekerheid) gelden echter ook voor freelancers/zelfstandigen.

Vrijwillige verzekering

Oud-werknemers of uitkeringsgerechtigden in Nederland die een eigen bedrijf beginnen, kunnen bij UWV meerdere verzekeringen afsluiten. Hiervoor dienen zij zich binnen 13 weken na

opzegging van hun verplichte werknemersverzekering door vroegere arbeid of uitkering in te schrijven.

Iedere freelancer / zelfstandige kan zich vrijwillig verzekeren tegen een aantal bedrijfsrisico's bij een verzekeringsmaatschappij. In de toekomst kan het verplicht worden om een verzekering tegen arbeidsongeschiktheid af te sluiten. Informatie over verzekeringen op het gebied van arbeidsongeschiktheid, ouderdomsvoorziening en aansprakelijkheid vindt u op de website Verzekeringen voor zelfstandigen.

Voor mensen die langer dan 1 jaar zelfstandig werken, is het ook mogelijk om met een groep andere zzp'ers een 'broodfonds' op te richten. Dit is een vrijwillige regeling waarbij deelnemers (20-50 personen) allemaal geld in een fonds storten om elkaar te kunnen ondersteunen in geval van ziekte.

Nationale verzekeringsregelingen

Nationale verzekeringen zijn verplicht voor iedereen die in Nederland werkt of woont. Freelancers/ZZP'ers betalen in Nederland premie volksverzekeringen via hun inkomstenbelasting. Daarnaast zijn er verschillende manieren om de activa van uw bedrijf te waarborgen in geval van wettelijke aansprakelijkheid of enig ander risico dat je jezelf niet kunt veroorloven.

Stap 9: Human Resources Management

Algemeen

De belasting van werknemers in Nederland bestaat uit de heffing van personenbelasting en premies sociale verzekeringen. De werkgever heeft een inhoudingsplicht voor belastingen die verschuldigd zijn over het salaris van de werknemer (loonbelasting) en de sociale bijdragen die verschuldigd worden over het salaris van de werknemer.

De Nederlandse socialezekerheidsbijdragen bestaan uit de premies volksverzekeringen en de premies werknemersverzekeringen. De premie volksverzekeringen is in principe verschuldigd door iedere Nederlandse individuele belastingplichtige, ongeacht de aard van het inkomen. De heffing van de premie volksverzekeringen is geïntegreerd in de heffing inkomstenbelasting en loonbelasting.

De premies werknemersverzekeringen zijn alleen verschuldigd door werkgever en werknemer vanwege kwalificerend inkomen uit arbeid. De heffing van de premies werknemersverzekeringen wordt gescheiden van de heffing van inkomstenbelasting. Voor werknemers die tijdelijk in Nederland worden geplaatst kan een vrijstelling van het Nederlandse socialezekerheidsstelsel gelden op grond van toepasselijke verdragen en/of EU-regelgeving.

Individuele inkomensbelasting

Ingezetten personen zijn onderworpen aan individuele inkomstenbelasting over hun wereldwijde inkomen.

Inkomsten verdiend buiten Nederland kunnen in aanmerking komen voor een vrijstelling op grond van toepasselijke belastingverdragen of de Nederlandse eenzijdige regels ter voorkoming van dubbele belasting.

Niet-ingezetenen zijn alleen onderworpen aan individuele inkomstenbelasting over bepaalde soorten inkomsten uit Nederlandse bron, waaronder inkomen uit loondienst

Inkomsten uit deelnemingen in een Nederlandse vennootschap, mits het belang gelijk is aan of groter is dan 5% van de aandelen. Er gelden speciale regels voor bepaalde categorieën belastingplichtigen, zoals sporters of artiesten.

Het centrum van vitaal belang zal doorslaggevend zijn voor kwalificatie als Nederlands ingezetene b.v. fysieke aanwezigheid van de belastingplichtige en zijn gezin in Nederland.

Een buitenlandse belastingplichtige met een inkomen uit Nederlandse bron kan kiezen voor de status van ingezetene belastingplichtige als dit om wat voor reden dan ook voordelig is. Meestal wordt dit gedaan om in aanmerking te komen voor persoonsgebonden aftrekposten en aftrek van bepaalde uitgaven die doorgaans niet zijn toegestaan voor niet-ingezetene belastingbetalers.

Op grond van de meeste belastingverdragen is een buitenlandse werknemer die door een buitenlandse werkgever aan Nederland wordt toegewezen, vrijgesteld van Nederlandse inkomstenbelasting/loonbelasting als de werkdagen van de werknemer in Nederland niet langer zijn dan 183 dagen in een belastingjaar. Deze regel is doorgaans niet van toepassing als de buitenlandse werknemer een Nederlandse werkgever heeft. Voor in het buitenland gevestigde uitzendbureaus kunnen speciale regels gelden.

Vanaf 2001 is de Nederlandse inkomstenbelasting gebaseerd op drie soorten inkomen (inkomensboxen). Elke box heeft zijn eigen belastingtarief:

Box 1: belastbaar inkomen uit werk en woning (progressief tarief, zie onder Nederlandse belastingtarieven voor particulieren - 2017)

Box 2: belastbaar inkomen uit aanmerkelijk belang (vast tarief van 25%)

Box 3: belastbaar inkomen uit sparen en beleggen (vast tarief van 30% over fictief inkomen van 4%)

Elke vorm van inkomen wordt slechts in één box belast (alle "emolumenten" van tewerkstelling - bijvoorbeeld salaris, bonus, auto van de zaak en verstrekkingen - zijn onderworpen aan inkomstenbelasting in box 1). Er kan nooit dubbele belasting worden geheven. Als het inkomen in de ene box negatief is, is dit in de meeste gevallen niet te verrekenen met een positief inkomen in een andere box. Wel is het in principe mogelijk om het negatieve bedrag te verrekenen met een positief inkomen in dezelfde box in afgelopen of toekomstige jaren.

Het individuele inkomstenbelastingjaar is het kalenderjaar.

Loonbelasting en premies volksverzekeringen

Loonbelasting is een voorschot op de individuele inkomstenbelasting. Over het inkomen uit dienstbetrekking worden gezamenlijk loonbelasting en premies volksverzekeringen geheven.

Alle Nederlandse werkgevers, ook niet-ingezeten werkgevers met een vaste vestiging in Nederland, zijn verplicht loonbelasting en premies volksverzekeringen in te houden op de loonbetalingen en treden daarbij op als inhoudingsplichtige voor de Nederlandse Belastingdienst.

De tarieven zijn progressief en afhankelijk van het inkomen. Voor de tarieven verwijzen wij je naar de Pagina Belastingtarieven voor particulieren - 2018. Loonbelastingtarieven zijn in principe gelijk aan de individuele inkomstenbelastingtarieven, hoewel door de veel ruimere belastbare basis van de inkomstenbelasting de uiteindelijke effectieve tarieven kunnen afwijken. Voor veel particulieren is de loonbelasting echter een eindbelasting.

Afhankelijk van het niveau van het inkomen uit arbeid en andere criteria, kunnen individuen de wettelijke verplichting hebben om aangifte inkomstenbelasting in te dienen. Het indienen van een belastingaangifte wordt gevolgd door het uitbrengen van een belastingaanslag waarbij de reeds betaalde loonbelasting wordt verrekend met de uiteindelijke verschuldigde inkomstenbelasting.

Werknemersbijdragen sociale verzekeringen

Naast de premies volksverzekeringen die tot de laagste twee inkomstenbelastingtarieven behoren, zijn werknemersverzekeringen over het inkomen uit arbeid verschuldigd door de werknemer. De premies worden berekend over brutolonen (met een maximumbedrag), verminderd met ingehouden pensioenpremies en gecorrigeerd voor enkele technische verschillen met het fiscaal inkomen.

Werknemers betalen bovendien een premie sociale verzekeringen (inclusief ziektekostenverzekering) en een premie WW. De tarieven zijn afhankelijk van de branche.

Tarieven inkomstenbelasting

Voor een overzicht van de tarieven van de Nederlandse inkomstenbelasting en de premies volksverzekeringen verwijzen wij naar de Nederlandse belastingtarieven voor particulieren.

Stap 10: Patenten en Brands

Octrooiencentrum Nederland is de officiële Nederlandse overheidsinstantie die Nederlandse octrooien verleent, nationale en internationale octrooiereglementen in Nederland implementeert en octrooien promoot als bron van informatie en inspiratie. Octrooiencentrum Nederland is een afdeling van de Rijksdienst voor Ondernemend Nederland (RVO).

Octrooiencentrum Nederland ondersteunt en begeleidt ondernemers (MKB, starters), de dienstensector, wetenschappers, onderzoekers, docenten en studenten. Je kunt kosteloos overleggen met Octrooiencentrum Nederland over octrooi gerelateerde vragen of over andere manieren om jouw intellectuele eigendom te beschermen (IE).

Hoofdstuk 15 Italië Stapsgewijs

Stap 1: Kies een rechtsvorm

Hoewel er verschillende vormen van juridische entiteit zijn voor bedrijven in Italië, maakt het ondernemingsrecht van het land voornamelijk onderscheid tussen naamloze vennootschappen en partnerschappen. We hebben de meest voorkomende soorten organisatie-eenheden op een rijtje gezet.

Vennootschappen

Er zijn twee hoofdtypen naamloze vennootschappen:

Società per azioni (S.p.A. of SpA) Een naamloze vennootschap - bij benadering het equivalent van een naamloze vennootschap met aandelen - deze vorm van entiteit wordt meestal gebruikt voor grotere bedrijven en is niet altijd een entiteit met beperkte aansprakelijkheid. Een SpA vereist een minimale investering van 120.000 EUR en minstens één bestuurder. Gecontroleerde rekeningen moeten worden gedeponereerd bij het lokale handelsregister. Er zijn drie managementopties: een traditionele raad met één enkele bestuurder; een raad van bestuur; of een bestuur aangewezen door een door de aandeelhouder gekozen commissie van toezicht.

Società a responsabilità limitata (S.r.L.) Het meest gebruikte formaat voor kleine en middelgrote bedrijven, een S.r.L. is een naamloze vennootschap (hoewel er enkele verschillen zijn tussen een Italiaanse S.r.L. en de VK/VS definitie van een naamloze vennootschap), waarvoor ten minste één aandeelhouder en een minimale investering van 10.000 EUR vereist is. Aandeelhouders zijn beperkt aansprakelijk voor wat betreft hun bijdrage.

Partnerschappen

Er zijn twee belangrijke vormen van partnerschap:

Società in nome collettivo (S.n.c.) - algemeen commercieel partnerschap An S.n.c. vereist minimaal twee partners (natuurlijke personen of rechtspersonen); alle partners zijn algemene leden van de maatschap en dragen volledige aansprakelijkheid en managementverantwoordelijkheid. Er wordt geen minimumoprichtingskapitaal bepaald.

Società in accomodandita semplice (S.a.s.) - commanditaire vennootschap met beperkte aansprakelijkheid De belangrijkste voorwaarden zijn dezelfde als die voor een vennootschap onder firma. Minstens één partner moet echter een beperkte aansprakelijkheid hebben en een beperkte aansprakelijkheid hebben voor de omvang van hun bijdrage aan het bedrijf. De andere moet algemeen zijn en volledig aansprakelijk zijn voor de verplichtingen van het partnerschap.

Stap 2: Schrijf je bedrijf officieel in bij de Kamer van Koophandel

Bedrijfsregistratie Italië

Om een economische activiteit te starten, moet een nieuw bedrijf een code hebben die dat bedrijf identificeert, mits het legaal en juridisch bestaat: de "Partita IVA (het Italiaanse equivalent van btw-nummer)". De Partita IVA wordt geleverd door de "Agenzia delle Entrate (binnenlandse inkomsten)", de Italiaanse instelling die de fiscale regelgeving en belastingen controleert. De Partita IVA is samengesteld uit 11 cijfers, met name de eerste 7 cijfers identificeren de naam van de eigenaar, de volgende 3 cijfers identificeren het bedrijf aan de "Agenzia delle Entrate" en het laatste nummer is bedoeld voor controle..

Specifieke economische sector

Bij het openen van een nieuw bedrijf is het type bedrijf de belangrijkste informatie die je moet doorgeven en waar je jezelf bewust van moet zijn. In Italië wordt elk bedrijf geïdentificeerd door de ATECO-code, een code die wordt verstrekt door de plaatselijke kamer van koophandel waar het bedrijf is geregistreerd. Deze code bevat ook informatie over de status van het bedrijf dat actief en inactief kan zijn. De Italiaanse overheid heeft een website gemaakt waarop bedrijven (die hun code vergeten zijn, of start-ups die de verschillende officiële economische activiteiten willen onderzoeken) de ATECO-code kunnen opzoeken. Deze website is ook handig om meer technische informatie over de code te hebben.

Stap 3: Fiscale regelgeving en boekhouding

De boekhouding van een onderneming is cruciaal om haar gezonde ontwikkeling te verzekeren. Rekening houden met de activa, kosten en belastingen is belangrijk, maar niet altijd een gemakkelijke taak, daarom vertrouwen de meeste bedrijven op professionele accountants. Een van de sleutels tot een goede boekhouding is het naleven van de juiste fiscale voorschriften. In Italië hebben we 3 verschillende soorten fiscale regelgeving:

* Regime forfettario (vlak regime): tot € 65.000,00 aan inkomen. Het belangrijkste kenmerk van dit regime is de afwezigheid van IVA, die daarom niet is opgenomen in de gemaakte facturen en ook niet in de facturen voor aankopen. Het is het meest geschikt voor eenmanszaken/freelancers.

* Regime semplificato (vereenvoudigd regime): minder dan € 400.000,00 aan inkomen. Dit fiscale regime is voor individuele bedrijven die het bedrag van € 65.000,00 euro hebben overschreden.

* Regime ordinario (gewoon regime): hoger dan € 400.000,00 aan inkomen. Het is het meest geschikt voor de Srl (het Italiaanse equivalent van Ltd).

Stap 4: Schrijf een bedrijfsplan

Zie Green Book, Hoofdstukken 11 en 18.

Stap 5: Een zakelijke rekening openen

Hoe je online een bankrekening opent in Italië

Emigreren brengt uitdagingen met zich mee, maar als expat zouden je financiën daar niet een van moeten zijn. Het openen van een bankrekening in Italië kan eenvoudig zijn, als je weet hoe (hint: ga online).

Wat zijn de verschillende soorten bankrekeningen in Italië?

De eerste Italiaanse bankbeslissing is of je een ingezetene rekening of een niet-ingezetene rekening wilt. Als je maar een deel van het jaar in Italië gaat wonen, bijvoorbeeld als je alleen onroerend goed koopt of wilt huren, kan een niet-ingezetene rekening voldoende zijn. Maar als je een serieuze tijd in Italië gaat doorbrengen, moet je een ingezetene rekening overwegen. Je hoeft geen Italiaans staatsburger te zijn om er een te krijgen - je moet er woonachtig zijn.

Er zijn verschillende soorten ingezetene rekeningen. Het volgende kan je verwachten:

- Conto corrente (lopende rekening) - net als in andere landen is dit het standaardtype rekening voor dagelijkse transacties.
- Conto corrente cointestato (gezamenlijke rekening) - dit is een lopende rekening die je deelt met iemand anders.
- Conto di risparmio (spaarrekening) - dit is voor je spaargeld, waarop je iets meer rente krijgt.
- Conto di deposito (depositorekening) - dit is een minder flexibel type spaarrekening dat mogelijk een hogere rentevoet biedt.

Hoe kies je een bankrekening in Italië

Er is een breed scala aan bankinstellingen in Italië. Er zijn grote nationale en internationale banken gevestigd in de grote steden, maar verder buiten de stad vind je kleinere lokale banken. Bovendien zijn er tegenwoordig ook nieuwere, digitale banken om te overwegen. Hier zijn een paar dingen om over na te denken terwijl je jouw beslissing neemt:

- Hoe gemakkelijk is het om de rekening te openen? Kun je het online doen?
- Moet je het filiaal vaak bezoeken en is er een bij jou in de buurt?
- Biedt de bank diensten aan in het Engels (of in jouw andere eerste taal)?
- Zijn er kosten en wat zijn deze?

Hoe open je een bankrekening in Italië

Je weet dus wat voor soort rekening je wilt en hebt een bank gekozen. Hier zijn onze tips om gemakkelijk een ingezetene rekening te openen:

- Wacht tot je in Italië bent. Het kan verleidelijk zijn om het proces vanuit het buitenland te starten, tenzij je een niet-ingezetene rekening krijgt, kan dit moeilijk zijn. Zelfs als je niet naar een filiaal hoeft te gaan om de rekening te openen, moet je nog steeds details verstrekken, zoals een geldig Italiaans adres. Dus misschien moet je gewoon je tijd afwachten.
- Houd je documenten bij de hand. Banken moeten je identiteit altijd kunnen verifiëren, dus je moet ze enkele documenten laten zien. Hieronder vindt je meer informatie over wat je nodig heeft.
- Ga naar jouw nieuwe bank of de website ervan. Als je klaar bent, kun je beginnen met het aanmeldingsproces. Voor traditionele instellingen moet je misschien naar een filiaal gaan, maar dankzij opties voor digitaal bankieren zoals N26 kun je online een aanvraag indienen.
- Wacht tot de post arriveert. Je moet een paar dagen wachten voordat je jouw bankpas en andere informatie per post ontvangt - nog een reden waarom het logisch is om al in Italië te zijn!

Hoe open je een online bankrekening in Italië

Traditionele Italiaanse banken kunnen voor buitenlanders voor verrassingen zorgen. De openingstijden kunnen bijvoorbeeld heel vreemd lijken: ze zijn meestal open van 's ochtends vroeg tot ongeveer 13.00 uur, en dan een uurtje later op de middag - maar dat is het dan.

Dat is slechts een van de redenen waarom je misschien een bank wilt waar je vrijwel alles online kunt doen. Een andere is de taalbarrière: sommige online banken bieden hun diensten aan in verschillende talen, dus je hoeft niet te proberen een bankmedewerker te vinden die toevallig jouw taal spreekt.

Bij N26 heb je keuze uit vijf talen en kan je alles online doen. Je kan [set up a full Italian bank account](#) vanaf je telefoon in enkele minuten, zonder papierwerk, vanuit je luie stoel.

Het is echter belangrijk om te bedenken dat N26 alleen nuttig kan zijn bij de start van een nieuw bedrijf, aangezien betalingen in Italië vertraging kunnen oplopen (ondanks het feit dat contractuele betalingen binnen 30 tot 60 dagen verschuldigd zijn, kunnen deze vaak zelfs nog meer vertragen). In deze gevallen hebben bedrijven de steun nodig van lokale fysieke banken die hierin kunnen voorzien, de Fidi Bancari (Bankschulden).

Hoeveel kost het om een bankrekening te openen in Italië?

Elke bank heeft zijn eigen tarieven en deze kunnen erg variëren. Het is een van de belangrijkste factoren waarmee je rekening moet houden bij het kiezen van een rekening. De tarieven in Italië zijn naar Europese maatstaven vaak aan de hoge kant.

Er kunnen kosten voor het openen van een rekening zijn, maar de kosten die je op de lange termijn meer kosten, zijn de kosten die je elke maand of zelfs elke transactie betaalt.

Soorten bankrekeningkosten in Italië.

Bij een standaard Italiaanse bankrekening kun je de volgende kosten verwachten:

- Onderhoudsvergoeding - deze servicekosten kunnen regelmatig in rekening worden gebracht, bijvoorbeeld elke maand..
- Transactiekosten - het kan zijn dat de bank je een klein bedrag in rekening brengt voor elke afzonderlijke transactie die op je afschrift staat. Mogelijk krijg je elk jaar een bepaald aantal gratis.
- Opnamekosten voor contant geld - als je een geldautomaat ATM (bancomat in het Italiaans) gebruikt om geld op te nemen, kunnen er kosten in rekening worden gebracht, vooral als je geen gebruik maakt van de geldautomaat ATM van jouw eigen bank..
- Internationale transferkosten - dit kan een groot probleem zijn voor expats. Als je geld naar het buitenland moet sturen, wat aannemelijk is, kijk dan wat jouw bank hiervoor in rekening brengt. Deze vergoedingen kunnen enorm variëren.

Niet alle banken zullen dezelfde kosten in rekening brengen en het is de moeite waard om verschillende opties te overwegen. Probeer een bankrekening te vinden waar het vergoedingenschema in je voordeel werkt - het kan bijvoorbeeld in jouw belang zijn om internationale overboekingskosten te minimaliseren, of om een bankrekening te nemen die niet zo veel vraagt voor het opnemen van geld.

Wat heb je nodig om een bankrekening te openen in Italië?

Je moet je nieuwe bank enkele documenten laten zien om je te identificeren. De details kunnen variëren, maar de algemene vereisten om een bankrekening in Italië te openen zijn:

- ID, zoals een paspoort..
- Een geldig Italiaans adres. De meeste banken hebben een bewijs van je adres nodig, zoals een energierekening, hoewel N26 een uitzondering is - je hoeft er alleen legaal te wonen.
- Je codice fiscale (belastingnummer).
- Bewijs van werk (of bewijs dat je studeert, als je een student bent).

Dit is alleen voor een ingezetene bankrekening - voor een niet-ingezetene bankrekening, zoals je zou verwachten, is het allemaal iets anders.

Op welke leeftijd kun je een bankrekening openen in Italië?

Over het algemeen moet je 18 jaar oud zijn om een volledige bankrekening in Italië te openen. Iedereen die jonger is, heeft misschien een ouder of voogd nodig. Je kunt je leeftijd bewijzen met je identiteitsbewijs.

Hoeveel kost het om een bankrekening in Italië op te zeggen?

Het klinkt paranoïde, maar het is de moeite waard om dit te controleren voordat je een bankrekening opent. Als je denkt dat je de bankrekening op een bepaald moment wilt sluiten, moet je erachter komen hoe gemakkelijk de bank het maakt en hoeveel het je in rekening kan brengen. Er kunnen extra kosten en meer papierwerk zijn - het laatste dat je nodig hebt als je je laatste dagen in Italië zou moeten zijn is het beter om zoveel mogelijk gelato te eten.

Stap 6: Milieubeschermingswetten en -regels en het aanvragen van vergunningen

Milieubescherming

In Italië is milieubescherming een zeer ernstige zaak. De Italiaanse wetgeving voor milieubescherming is zelfs de strengste in de EU, met strikte boetes en juridische procedures en niet flexibel. Milieubescherming is een verantwoordelijkheid van alle bedrijven, niet alleen bedrijven die actief zijn in bepaalde sectoren (transport, chemische industrie, enz.), maar ook bedrijven in de voedingsindustrie, in de landbouw, bedrijven die in de logistiek werken, enzovoort.

De regelgeving op het gebied van milieu houdt rekening met bodem-, water- en luchtverontreiniging. De te ondernemen acties zijn natuurlijk verschillend, afhankelijk van het soort economische activiteiten dat het bedrijf uitvoert, en voor elk hiervan moet het bedrijf bijvoorbeeld een milieuvergunning verkrijgen.:

- Vergunning voor afvalwater
- Autorisatie voor akoestische impact
- Autorisatie voor gasemissies

Het is belangrijk om te bedenken dat de bedrijven rekening moeten houden met nationale en regionale richtlijnen met betrekking tot milieubescherming, in feite kan elke regio aanvullende regelgeving hebben met betrekking tot de bescherming van bepaalde natuurlijke hulpbronnen.

Stap 7: Privacy / bescherming van persoonlijke gegevens (een zakelijke website maken)

Privacy

Alle Italiaanse en Europese bedrijven moeten rekening houden met de nieuwe EU GDPR (AVG)-verordening. Volgens deze verordening moeten bedrijven hun klanten en/of bezoekers van hun website bewust maken van de nieuwe privacyregelgeving, deze moet bepaalde kenmerken hebben:

- Wees kort en bondig
- Transparant
- Doorzichtig
- Makkelijk toegankelijk
- Eenvoudige taal (zelfs voor minderjarigen)
- Toestemming voor privacy moet worden gegeven vanaf 14 jaar

Stap 8: Verzekering

In Italië moeten alle bedrijven met werknemers die actief zijn in bijzonder gevaarlijke werkzaamheden een nationale verzekering afsluiten via INAIL, het nationale instituut voor verzekeringen tegen arbeidsongevallen. Dit nationale instituut biedt bescherming aan werknemers tegen fysieke en economische schade tijdens het werk. De gevaarlijke werkzaamheden zijn onderverdeeld in twee hoofdgroepen:

- werkzaamheden die het gebruik van machines omvatten of werkzaamheden die in laboratoria worden uitgevoerd;
- werkzaamheden die vanwege hun aard als gevaarlijk worden beschouwd, bijvoorbeeld: bouw werkzaamheden, transport, particuliere bescherming, enz ...

Het INAIL geeft het bedrijf burgerlijke aansprakelijkheid tegen ongevallen, maar beschermt het bedrijf niet als het direct verantwoordelijk is voor het ongeval omdat het niet aan alle wettelijke vereisten met betrekking tot veiligheid op de werkplek heeft voldaan.

De kosten van de verzekering zijn afhankelijk van het soort werkzaamheden dat het bedrijf uitoefent; volgens wetgevend besluit 38/2000 werden de werkzaamheden onderverdeeld in vier hoofdcategorieën en voor elke categorie werden de te dragen kosten vastgesteld. Deze categorieën zijn:

- Industrie
- Vakmanschap
- Dienstverlenende industrie
- andere werkzaamheden van verschillende aard

Alle documentatie en acties die nodig zijn voor INAIL zijn gecompliceerd en vergen tijd. Daarom stellen bedrijven een externe expert aan genaamd "Consulente del Lavoro" (Werk adviseur) die de leiding zal hebben over alle relaties met het Nationaal Instituut.

Stap 9: Human Resources Management

Het beheer van human resources is essentieel, aangezien het de basis vormt voor de ontwikkeling van het bedrijf. Bedrijven moeten rekening houden met verschillende regelgeving om de werknemers een gezonde en legale werkomgeving te bieden. De belangrijkste voorschriften zijn:

- Het voorzien van een wettelijk contract en het respecteren van basisregels in de werkomgeving (dwz. minimum arbeidsuren, minimumloon, enz.): De werknemer moet een wettelijk en geldig contract krijgen waarin de werktijden, het loon en zijn positie zijn opgenomen. De werkgever is hiervoor verantwoordelijk en kan rekenen op arbeidsadviseurs.

- Veiligheid van de werkomgeving: in een bedrijf is de werkgever verantwoordelijk voor het waarborgen van de veiligheid van de werkomgeving. Op basis van het soort werkzaamheden en de daarmee samenhangende risico's moeten de werkgever en ander personeel regelmatig veiligheids cursussen volgen om ervoor te zorgen dat de werkgever en de werknemers weten hoe ze moeten handelen in onveilige of medische situaties.
- Elk bedrijf dient een verantwoordelijke voor veiligheid en een verantwoordelijke voor eerste hulp aan te wijzen.

Stap 10: Patenten and Brands

De rechten die door een patent voor industriële uitvindingen worden verleend, zijn territoriaal gedefinieerd en bestaan uit het exclusieve recht om de uitvinding uit te voeren en daar winst mee te maken op het grondgebied van de Italiaanse staat, binnen de grenzen van en onder de voorwaarden die door de wet worden opgelegd. Dit exclusieve recht wordt uitgebreid tot de verkoop van het product waarop de uitvinding betrekking heeft, maar vervalt zodra het product door de patenthouder of met zijn toestemming te koop wordt aangeboden in een lidstaat van de Europese Unie of het Europese Economische Gebied. Als het originele product buiten het Europese Economische Gebied te koop wordt aangeboden en vervolgens wordt geïmporteerd, kan de eigenaar van het recht zich hiertegen verzetten omdat het recht in dit geval niet is verlopen binnen het Europese Economische Gebied.

Wanneer een product is vervaardigd volgens een methode die is gepatenteerd in een land waar de patenttitel niet bestaat en dat product wordt geïntroduceerd in een land waar wel een handelspatent bestaat, kan dat product in dat land alleen door de eigenaar of zijn opvolger worden gebruikt in titel van het handelspatent. Als derden het product voor winst gebruiken in landen waar het patent wordt beschermd, kan de eigenaar of rechtsopvolger van het handelspatent dergelijk gebruik voorkomen.

Het patent recht strekt zich niet uit, ongeacht het doel van de uitvinding:

- op alle acties die op privé terreinen worden uitgevoerd, op voorwaarde dat ze geen commercieel doel hebben of experimenteren;
- op de voortijdige bereiding, in eenheden, van medicijnen in apotheken volgens een recept, en op het aldus bereide geneesmiddel.

Als een patent, om te worden uitgevoerd, het gebruik inhoudt van uitvindingen die worden beschermd door andere nog van kracht zijnde patenttitel, kan het niet worden uitgevoerd of gebruikt zonder de toestemming van de eigenaar of zijn rechtsopvolger van de vorige patenttitel. Op dezelfde manier kan de eigenaar of zijn rechtsopvolger van de vorige patenttitel de volgende patenttitel niet gebruiken zonder de toestemming van de eigenaar van de laatste.

Elke patent aanvraag en dus elk patent, moet slechts één uitvinding tot doel hebben of een groep uitvindingen die met elkaar zijn verbonden om een enkele inventieve leer te vormen. Het patent verleent de houder de volgende exclusieve rechten:

- het onderwerp van het patent een product is, het recht om derden, behalve met toestemming van de patenthouder, te verbieden voor het produceren, gebruiken, verhandelen, verkopen of importeren voor dergelijke doeleinden van het product in die landen waar het patent van kracht is;
- Indien het voorwerp van het patent een methode is, het recht om derden, behalve met toestemming van de patenthouder, te verbieden de methode toe te passen, of het rechtstreeks verkregen product voor dergelijke doeleinden te gebruiken, te verhandelen, te verkopen of te importeren voor de methode in kwestie in die landen waar het patent op de methode van kracht is;
- In het geval van een methodepatent, wordt elk product dat identiek is aan het product dat is geproduceerd door middel van de gepatenteerde methode verondersteld te zijn verkregen, tenzij het tegendeel wordt geleverd door de derde partij, door middel van de genoemde gepatenteerde methode, volgens een van de volgende gevallen:
 - als het door de methode verkregen product nieuw is;
 - als er een aanmerkelijke kans is dat het identieke product is gemaakt door middel van de gepatenteerde methode en als de houder van dat patent niet in staat is om met redelijke inspanningen vast te stellen welke methode daadwerkelijk is gevolgd.

Om het tegendeel te bewijzen, moet het rechtmatige belang van degenen die van inbreuk worden beschuldigd bij de bescherming van hun fabricage- en handelsgeheimen worden gerespecteerd. Met andere woorden, er moet worden vermeden dat door oneigenlijk gebruik van een methodepatent de eigenaar, of zijn rechtsopvolger, in het bezit komt van de geheimen van een concurrent.

In Italië duurt een patent voor industriële uitvindingen 20 jaar vanaf de datum van indiening en moet vanaf het vijfde jaar jaarlijks onderhoudskosten worden betaald. Als de betalingstermijn van de jaarlijkse contributie verstrijkt, wordt een termijn van zes maanden uitstel verleend, waarin het mogelijk is om de verschuldigde jaarlijkse contributie te betalen tegen een meerprijs.

De exclusieve rechten van een patent worden verleend met de concessie van het patentcertificaat. De werking van het patent treedt in werking op de datum waarop de bij de patentaanvraag gevoegde beschrijving en tekeningen voor het publiek beschikbaar worden gesteld, of vanaf het moment dat de inhoud van de patentaanvraag aan een derde-inbreukmaker wordt gemeld. Er moet worden verduidelijkt dat de kennisgeving de volledige inhoud van de patentaanvraag moet bevatten, niet slechts een deel ervan.

Tenzij er een specifiek verzoek om voorpublicatie is, dat bij de patentaanvraag moet worden ingediend, is de aanvraag in ieder geval 18 maanden na de indieningsdatum beschikbaar. Als de aanvraag eerst in het buitenland is ingediend en vervolgens met internationale prioriteit is uitgebreid tot Italië, namelijk binnen de verdragstermijn van 12 maanden vanaf de eerste indieningsdatum, wordt de aanvraag beschikbaar gesteld na het verstrijken van 18 maanden vanaf de eerste indieningsdatum.

Het Italiaanse patent recht omvat het concept van eerder gebruik. Dit concept geeft aan dat eenieder die in de twaalf maanden voor de datum van indiening van een patentaanvraag, of vóór de prioriteitsdatum, in zijn eigen bedrijf gebruik heeft gemaakt van een uitvinding die vervolgens het onderwerp wordt van een patent aanvraag door een andere partij, kan een dergelijke uitvinding blijven gebruiken binnen de grenzen van dergelijk voorafgaand gebruik.

Gebruik in het eigen bedrijf mag niet worden bedoeld als experiment of enige ontwerpactiviteit, maar het echte en effectieve gebruik van de uitvinding met het oog op winst. Als een beroep op voorgebruik wordt gedaan, moet eraan worden herinnerd dat het indienen van de volgende patentaanvraag door de derde de verlenging van het voorgebruik op de datum van die indiening blokkeert. Elke verdere verlenging is onderworpen aan het recht van het patent en moet worden goedgekeurd door de eigenaar van dat recht of door zijn rechtsopvolger. Dit recht kan alleen worden overgedragen samen met het bedrijf of een filiaal van het bedrijf waarin de uitvinding is gebruikt. De persoon die aanspraak maakt op eerder gebruik is verantwoordelijk voor het bewijzen van dergelijk voorafgaand gebruik en de omvang ervan.

Soorten rechten

De rechten die voortvloeien uit een uitvinding zijn rechten van persoonlijke aard (het morele recht van de uitvinder, een persoonlijk en onvervreemdbaar recht) en van patrimoniale aard (rechten die beschikbaar of overdraagbaar zijn). Patrimoniale rechten die voortvloeien uit uitvindingen kunnen worden afgestaan hetzij door akten opgesteld door levende personen, hetzij door overlijden; ze zijn ook onderworpen aan verbeurdverklaring, confiscatie en onteigening (voor schulden of in het algemeen belang). Het recht op het patent komt toe aan de auteur van de uitvinding en aan zijn rechtsopvolgers.

Vereisten voor patenteerbaarheid

Patenteren van een uitvinding:

- moet wettig zijn;
- moet geschikt zijn voor toepassing op industrieel gebied;
- moet nieuw zijn;
- mag niet voor de hand liggen, dat wil zeggen, het mag geen natuurlijke evolutie van de stand van de techniek zijn.

Rechtmatig betekent dat uitvindingen die, als ze worden uitgevoerd, in strijd zijn met de openbare orde of goede zeden, niet het voorwerp kunnen zijn van een patent. De werking van een uitvinding wordt echter niet in strijd met de openbare orde of goede zeden beschouwd, simpelweg omdat het verboden is door een wet of bestuursrechtelijke regeling. Openbare orde betekent de bescherming van publieke belangen zoals veiligheid, beveiliging, fysieke integriteit, rust en gezondheid. Moraliteit omvat de principes van morele ethiek. Rassen van dieren en de wezenlijk biologische procedures die worden gevolgd om ze te verkrijgen, kunnen evenmin worden gepatenteerd. Er moet echter worden opgemerkt dat het mogelijk is om microbiologische procedures te patenteren, evenals de producten die door dergelijke procedures worden verkregen.

Een uitvinding wordt geacht een industriële toepassing te hebben wanneer het object daarvan kan worden vervaardigd of gebruikt in elk type industrie, inclusief de landbouw.

Een uitvinding wordt als nieuw beschouwd als deze niet tot de stand van de techniek behoort. State of the art betekent alles dat op het grondgebied van de Staat of in het buitenland voor het publiek beschikbaar is gesteld vóór de datum van indiening van de patentaanvraag, door middel van een schriftelijke of mondelinge beschrijving, door gebruik of op enige andere wijze. De stand

van de techniek wordt ook geacht de inhoud van Italiaanse patentaanvragen te omvatten, of de inhoud van aanvragen voor een Europees of internationaal patent dat Italië aanduidt, zoals ze zijn ingediend, die een datum van indiening hebben die eerder is dan die van de uitvinding, zelfs als ze later zijn gepubliceerd of voor het publiek beschikbaar zijn gemaakt; dit is op voorwaarde dat hun inhoud identiek is aan die van het latere patent document.

Een uitvinding wordt als niet voor de hand liggend beschouwd en impliceert daarom een inventieve activiteit als dit voor een deskundige niet duidelijk is uit de stand van de techniek. De bekwame persoon is een virtuele figuur die de stand van de techniek kent op de prioriteitsdatum die de uitvinding voortbracht, die de documenten van de stand van de techniek leest, rekening houdend met zijn scholastieke kennis en zijn verworven kennis. De vaardige persoon heeft geen intuïtieve capaciteit maar heeft een combinatorische logica en het doel van zijn activiteit is om een oplossing te vinden voor het probleem dat hem wordt aangedragen. Bij de beslissing of een activiteit inventief is of niet, wordt geen rekening gehouden met de documenten bestaande uit nationale aanvragen, Europese aanvragen of internationale aanvragen met aanduiding van Italië, wanneer ze een datum van indiening hebben vóór die van de uitvinding en zijn gepubliceerd of ter beschikking gesteld aan het publiek, op een later tijdstip.

Een uitvinding moet intrinsiek nieuw zijn om te voldoen aan de eis van inventieve activiteit en als niet voor de hand liggend te worden beschouwd. Het moet een technisch probleem oplossen en een verbetering met zich meebrengen, dat wil zeggen de oplossing van een nieuw probleem, ook al is het maar klein, vergeleken met de stand van de techniek op dat gebied op dat moment. De inhoud van de uitvinding mag niet zodanig zijn dat kan worden afgeleid uit wat er tevoren was, en het moet de oplossing van technische en/of technologische problemen met zich meebrengen; daarom mag het niet louter een combinatie zijn van dingen of feiten die al bekend zijn.

Soorten uitvindingen

Uitvindingen kunnen verwijzen naar een product, een apparaat om een product te verkrijgen, of een methode of een systeem.

Programma's voor processoren die worden gebruikt om machines, installaties, apparatuur of fysieke functies te beheren, zoals bijvoorbeeld kruispunten, kunnen worden beschermd door middel van een patent op de uitvinding, op voorwaarde dat de functies die door het programma worden uitgevoerd, worden beschermd, en niet voor de manier waarop ze zijn geschreven. De bescherming van een programma voor een processor wordt voor de manier waarop het is geschreven beschermd door middel van copyright. In een patentaanvraag en dus ook in een patent, kunnen meerdere uitvindingen met elkaar verbonden aanwezig zijn die autonome en zelfstandige claims genereren. Daarom kan een patent productclaims, methodeclaims, apparaat claims en gebruiksclaims hebben.

Het kunnen hoofduitvindingen zijn, als ze onafhankelijk van een andere uitvinding zijn bedacht, of zijn afgeleid als ze elementen van een of meer eerdere uitvindingen gebruiken. Wanneer een uitvinding afhankelijk is van een nog geldig patent dat eigendom is van een derde partij, kan de afhankelijke uitvinding niet worden belichaamd zonder de toestemming van de eigenaar van de

eerder gepatenteerde uitvinding en die eigenaar kan de afhankelijke uitvinding niet belichamen zonder de toestemming van de eigenaar van hetzelfde. Het kan ook het volgende zijn:

- uitvindingen ter verbetering van wat al bekend is, al dan niet gepatenteerd en dergelijke uitvindingen zijn wat betreft hun uitvoering onderworpen aan de regelgeving voor afgeleide uitvindingen;
- uitvindingen van overdracht wanneer ze een nieuw gebruik van iets dat al bekend is, of een eerder inventief idee, door middel van een originele toepassing daarvan in een ander vakgebied en voor andere doeleinden dan het oorspronkelijke doel met zich meebrengen;
- uitvindingen van combinatie, dat zijn uitvindingen die gerealiseerd zijn door een vereniging of samensmelting van elementen ontleend aan iets bekends of uit eerdere uitvindingen.

Procedure

In Italië moet een patentaanvraag worden ingediend via het portaal dat voor dit doel is opgezet door het ministerie van Economische Ontwikkeling.

Zonder toestemming van het Ministerie van Productieve Activiteiten kunnen inwoners van Italië hun patentaanvragen voor een uitvinding, gebruiksmodel of topografie niet uitsluitend indienen bij de kantoren van buitenlandse staten of het European Patent Office of het World Intellectual Property Office, ze kunnen het ook niet bij die kantoren indienen voordat de negentig dagen zijn verstreken na de datum van indiening in Italië, of de datum waarop het verzoek om toestemming werd ingediend.

Nadat het is ingediend, wordt een patentaanvraag eerst onderzocht om te zien of deze de nationale defensie beïnvloedt, vervolgens wordt onderzocht of deze formeel correct is en voldoet aan de door de wet vereiste kenmerken met betrekking tot het door UIBM verzonden onderzoeksrapport.

In sommige landen is het derde partijen toegestaan zich tegen de definitieve verlening te verzetten door een met redenen omkleed verzoek in te dienen binnen een bepaalde termijn, te rekenen vanaf de datum waarop het patent is verleend door het Patentbureau van dat land. Met betrekking tot specifieke regels kan een oppositieprocedure een dialoog tussen de partijen inhouden, of autonoom worden beheerd door de onderzoeker met de eigenaar van het recht. Het is mogelijk om de claims, vertaald in het Engels, naar het Italiaanse Octrooi- en Merkenbureau (UIBM) te sturen of om een onderzoekvergoeding te betalen. Het verzenden van de vertaalde claims of het betalen van de opsporingskosten moet binnen twee maanden na de indieningsdatum gebeuren, anders wordt de aanvraag afgewezen. Wanneer ze de patentaanvraag ontvangen, wijst UIBM de klasse toe en voert een voorfiltering uit om die toepassingen te elimineren die duidelijk niet patenteerbaar zijn.

Als de patentaanvraag om redenen van nationale verdediging niet interessant en formeel correct is, wordt deze naar het European Patent Office (EOB) gestuurd dat een onderzoek naar de stand van de techniek uitvoert en stuurt binnen negen maanden na de datum van indiening een rapport en een voorlopig advies naar de UIBM. In een dringend geval is het mogelijk om UIBM (die zich mogelijk het recht voorbehoudt om te weigeren) te vragen een versnelde procedure uit

te voeren. EPO voert de onderzoekopdracht uit op basis van de claims die zijn vertaald met ondersteuning van de met software vertaalde beschrijving, indien deze op het moment van indiening niet is aangeleverd. Bij twijfel over de onderzoekopdracht is het mogelijk om een kopie van de met software uitgevoerde vertaling op te vragen. EOB kan bezwaar maken tegen een gebrek aan inventieve eenheid en het onderzoek alleen uitvoeren op een deel van het patent. Na ontvangst van het onderzoekverslag en het voorlopig advies (dat normaal gesproken ongeveer negen maanden na indiening plaatsvindt en door UIBM wordt toegezonden), is het mogelijk om vrijwillige opmerkingen of wijzigingen in de tekst aan te brengen binnen achttien maanden na de indieningsdatum van de aanvraag, wanneer alle documentatie voor het publiek toegankelijk gemaakt wordt en de aanvraag wordt onderzocht door de Italiaanse examinatoren, die hun onderzoek moeten baseren op het onderzoekverslag en het voorlopige advies van het EOB alleen voor raadpleging kunnen gebruiken. Een patent dat onder de nieuwe Italiaanse procedure valt en dat wordt uitgebreid als een Europees patent of PCT, kan het recht hebben op terugbetaling van een deel van de onderzoekvergoeding, als de claims dezelfde zijn als die van de eerste Italiaanse aanvraag.

Opgemerkt moet worden dat het PCT-onderzoeksrapport dat door EPO is opgesteld, in sommige andere landen, met name de VS, vaak volledig opnieuw is geformuleerd.

In het geval van een verzoek om vervroegde afgifte wordt, als het onderzoek nog gaande is, het patent verleend zonder onderzoek en in het openbare dossier wordt vermeld dat er geen onderzoek heeft plaatsgevonden. In Italië moet voor elke claim na de tiende een vergoeding worden betaald.

Er zijn ook landen waar derden bezwaar kunnen maken tegen de definitieve toekenning door binnen een bepaalde termijn vanaf de datum van toekenning door het Patentbureau van dat land een behoorlijk, met redenen omkleed verzoek in te dienen. Met betrekking tot de specifieke regels kan een oppositieprocedure een dialoog tussen de partijen behelzen, of autonoom worden beheerd door de onderzoeker met de rechthebbende.

Het gebied van bescherming van een patent

Zowel in het Italiaanse als in het Europese recht is het een fundamenteel principe dat het gebied van bescherming van een patent wordt bepaald door de inhoud van de claims; de beschrijving en de tekeningen worden alleen in overweging genomen met het oog op de interpretatie van de conclusies en dus niet in termen van integratie. Er moet echter worden opgemerkt dat de beschrijving en tekeningen de claims juridisch ondersteunen en rechtvaardigen en de claims kunnen geen kenmerken bevatten die niet aanwezig zijn in de beschrijving en de tekeningen.

Aangezien de claims het onderwerp van de gevraagde bescherming omschrijven, moeten ze duidelijk en beknopt zijn, onderbouwd worden in de beschrijving en in de mogelijke diagrammen of tekeningen en ze moeten ook op zichzelf begrijpelijk zijn. Indien er kenmerken in de beschrijving en/of in de tekeningen zijn die niet in de claims aanwezig zijn, zijn deze niet beschermd. Op dezelfde manier, als er kenmerken in de claims zijn die niet worden ondersteund door de beschrijving en/of tekeningen, kunnen deze kenmerken niet worden gebruikt in oppositie tegen derden.

Claims zijn onafhankelijk of afhankelijk, de afhankelijke claims worden gerechtvaardigd en juridisch ondersteund door de respectieve onafhankelijke claim. Een onafhankelijke claim is een claim die de essentiële kenmerken (de zogenaamde "bottleneck") van de uitvinding waarvoor bescherming wordt gevraagd, reproduceert en die dient om het onderwerp van de uitvinding te identificeren. Een afhankelijke claim bevat alle kenmerken van de onafhankelijke claims waarmee deze is verbonden, en geeft andere kenmerken of varianten aan waarvoor bescherming wordt gevraagd. Het doet er niet toe dat de afhankelijke claim op zichzelf patenteerbaar is met betrekking tot de stand van de techniek of zelfs met betrekking tot de onafhankelijke claim waarmee deze is verbonden. Dit is alleen belangrijk als de hoofdclaim die dit ondersteunt zelf niet patenteerbaar is. In sommige systemen kan een afhankelijke claim die op zichzelf patenteerbaar is, het voorwerp uitmaken van een afgesplitste aanvraag die moet worden ingediend op de toekenningsdatum van de hoofdaanvraag.

In het geval van inbreuk wordt bescherming gedefinieerd door het zogenaamde onderwerp van de uitvinding zoals geïdentificeerd in de onafhankelijke claim door de zogenaamde persoon met bekwaamheid in de techniek. Het is belangrijk om het wezenlijke verschil op te merken tussen het inventieve idee, in de patentbeschrijving en het gebied dat wordt beschermd door een verleend patent dat wordt aangetroffen in de claims.

Een afhankelijke claim wordt alleen als geschonden beschouwd als de onafhankelijke claim die de afhankelijke claim ondersteunt en rechtvaardigt, wordt geschonden. Als tijdens een onderzoek of administratieve oppositie een onafhankelijke claim ongeldig zou worden bevonden, is het mogelijk om deze te integreren met een of meer van de afhankelijke claims of door kenmerken te verwerven die in de beschrijving staan om zo een nieuwe, geldige, onafhankelijke claim te verkrijgen.

Een onafhankelijke claim moet in zijn geheel worden gelezen en vergeleken met wat als storend wordt beschouwd. Gedurende de looptijd van een verleend patentrecht kunnen de claims vrijwillig worden gewijzigd op voorwaarde dat ze binnen de grenzen blijven van de inhoud van de aanvankelijk ingediende patentaanvraag en de door het verleende patent verleende bescherming niet verlengen. Elke wijziging van de claims moet een verkleining van het gebied met zich meebrengen dat wordt beschermd door de claims zoals toegekend. De wijzigingen kunnen worden aangebracht bij UIBM, of bij EPO of in de loop van een zaak. Bij de UIBM moeten de wijzigingen worden aangevraagd voordat een actieve juridische procedure wordt gestart en worden ze gevraagd wanneer relevante documenten uit de stand van de techniek, voorheen onbekend, bekend worden. Bij EPO, of tijdens een zaak, kunnen de wijzigingen worden aangevraagd om een mogelijk geval van nietigverklaring te boven te komen vanwege de aanwezigheid van relevante documenten uit de stand van de techniek. De wijzigingen bij EPO moeten worden aangevraagd volgens bepaalde Europese wetgevingen. In Italië kan tijdens een zaak om de beperkingen worden verzocht in elke fase en graad van het gerechtelijk systeem wanneer om nietigverklaring van het recht wordt verzocht. In sommige Europese systemen is het ook mogelijk om bij actieve inbreukprocedures om wijziging van de claims te verzoeken. In Italië is de bron waar het voorstel of opnieuw te formuleren materiaal voor de claims moet worden gedaan in de beschrijving, tekeningen en afhankelijke claims.

Een onafhankelijke claim moet in zijn geheel worden gelezen en vergeleken met wat wordt geacht te interfereren. De inmenging kan letterlijk zijn, wanneer wat als interferentie wordt

beschouwd, volledig in de claim kan worden gelezen of door gelijkwaardigheid. Met equivalenten bedoelen we die technische middelen, in plaats van de middelen beschreven in het patent op het moment van de prioriteitsdatum en geclaimd, waarvan het alternatieve gebruik voor de hand lag voor de vakman zonder een bepaalde mentale inspanning te hoeven leveren. Bovendien is het concept van gelijkwaardige middelen ook belangrijk in de onderzoeksprocedure, dat wil zeggen in de procedure die voorafgaat aan de verlening van een patent in de systemen die vooraf worden onderzocht om de relevantie of irrelevantie van een document uit de stand van de techniek te beoordelen, of in een rechtbank, zoals bijvoorbeeld in Italië gebeurt, om het onderwerp van de uitvinding of het beschermde gebied ervan te omschrijven. De formulering van claims voor geneesmiddelen bepaalt dat, wanneer het geneesmiddel een nieuw product is, het ook als geneesmiddel kan worden beschermd volgens de bescherming die aan de stof wordt verleend.

Wanneer het product dat als geneesmiddel wordt gebruikt op zichzelf bekend is, maar geen therapeutische eigenschappen heeft, kan de stof of het mengsel van stoffen worden beschermd voor specifiek gebruik bij een therapeutische behandeling.

De bescherming van patenten

De bescherming van de exclusiviteit van gepatenteerde uitvindingen is zowel een civiele als een strafrechtelijke aangelegenheid. Het betreft zowel patrimoniale rechten als het morele recht van de uitvinder.

Gerechtelijke procedures ter bescherming van het exclusiviteitsrecht kunnen een procedure zijn van vaststelling (om na te gaan of er al dan niet inbreuk is gemaakt), verbod (om voortzetting van de schadelijke handeling te voorkomen), verhaal van de schade (om een billijke vergoeding te krijgen voor de geleden schade als gevolg van de schadelijke handeling) en ook van claimen (wanneer de eigendom van een patent in geschil is). Gerechtelijke procedures kunnen zowel actief als passief zijn. Er moet aan worden herinnerd dat het niet mogelijk is om negatieve acties te ondernemen die beslissen of het product van een bedrijf inbreuk maakt op een patenttitel van een buitenlander die geen statutaire zetel of woonplaats in Italië heeft.

Juridische acties met betrekking tot patenten voor industriële uitvindingen worden gekarakteriseerd als roerende commerciële acties.

Voor alle geschillen over intellectueel eigendom die beginnen op 22.02.2014 en waarbij een buitenlands bedrijf partij is, dat wil zeggen: "een bedrijf, in welke vorm het ook is opgericht, met zijn juridische hoofdkantoor in het buitenland, zelfs met een secundair hoofdkantoor dat het stabiel vertegenwoordigt in het Italiaans grondgebied ", zijn slechts negen gespecialiseerde afdelingen bevoegd, namelijk: Bari (voor gerechtelijke kantoren gelegen in de districten Bari, Lecce, Taranto en Potenza, Cagliari (voor gerechtelijke kantoren gelegen in de districten Cagliari en Sassari), Catania (voor gerechtelijke kantoren gelegen in de districten Caltanissetta, Catania, Catanzaro, Messina, Palermo, Reggio Calabria), Genua (voor gerechtelijke kantoren gelegen in de districten Bologna en Genua), Milaan (voor gerechtelijke kantoren gelegen in de districten Brescia en Milaan), Napels (voor gerechtelijke kantoren gelegen in de districten Campobasso, Napels en Salerno), Rome (voor gerechtelijke kantoren gelegen in de districten Ancona, Florence, L'Aquila, Perugia en Rome), Turin (voor gerechtelijke kantoren gelegen in de

districten Turijn) en Venetië (voor gerechtelijke kantoren gelegen in de districten Trento, Bolzano, Triëst en Venetië).

Volgens de verschillende zaken worden de vorderingen aanhangig gemaakt bij de gespecialiseerde afdeling waar de verweerder woonachtig of gedomicilieerd is, of bij degene die bevoegd is voor de plaats waar de eiser verblijft of gedomicilieerd is, of bij degene die bevoegd is voor de plaats waar het feit zich heeft voorgedaan, of voor de gespecialiseerde afdeling in Rome. Er zij aan herinnerd dat het adres dat in het patentregister is vermeld, wordt beschouwd als de gekozen woonplaats, om de bevoegde rechtbank te bepalen en voor alle kennisgevingen, zowel administratief als gerechtelijk. Daarom is het altijd raadzaam om, alvorens tot welke handeling dan ook over te gaan, in het patentregister niet alleen te controleren of er registraties of aantekeningen zijn, maar ook of er wijzigingen zijn aangebracht aan de adressen of de woonplaats, of opnieuw in de inhoud van de octrooi. Wanneer een vordering is gebaseerd op feiten waarvan wordt aangenomen dat ze de rechten van de eiser schaden, kan deze vordering ook worden ingesteld bij de gespecialiseerde afdeling van de plaats in het district waar de feiten zijn gepleegd.

De bewijslast van de ongeldigheid of het vervallen van een patent ligt in ieder geval bij degene die het patent betwist, terwijl de bewijslast bij de houder van het patent ligt. De eigenaar van de rechten van een patent kan om een beschrijving of confiscatie vragen van alles waarvan wordt beweerd dat het deze rechten schendt. Hij kan ook verzoeken dat de documenten die de verlenging van de geleden schade bevestigen of documenteren, worden afgenomen. De beschrijving en confiscatie worden uitgevoerd door een gerechtsdeurwaarder, indien nodig bijgestaan door een of meer deskundigen en ook met gebruikmaking van alle technische middelen, fotografische middelen of andere middelen. De maatregel die toelating geeft tot beschrijving en confiscatie, legt ook de grenzen en de regels vast.

De houder van de patentrechten kan om tijdelijke maatregelen verzoeken en kan vervolgens verzoeken om het vervaardigen, verhandelen en gebruiken van datgene wat inbreuk maakt op het patent, te verbieden. Een dergelijk verzoek is onderworpen aan de bepalingen van het Wetboek van Burgerlijke Rechtsvordering (Code of Civil Procedure) inzake voorlopige maatregelen en ook aan de bijzondere normen van het Wetboek van industriële eigendom (Industrial Property Code). Een verbodsverzoek kan vóór of tijdens de hoofdzaak worden gedaan. Wanneer de rechter besluit tot een verbod, kan hij een verschuldigd bedrag vaststellen voor elke overtreding of niet-naleving die later plaatsvindt, of voor elke vertraging bij de uitvoering van de maatregel.

Er wordt verzocht om maatregelen tot vaststelling en negatieve validering van de geldigheid wanneer een derde wenst vast te stellen dat een van zijn producten geen inbreuk maakt op de specifieke rechten van anderen en wanneer een andere partij de geldigheid van de rechten van anderen wenst te verifiëren. Er kunnen geen vorderingen tot negatieve vaststelling worden ingesteld tegen derden die niet in Italië zijn gevestigd, tenzij deze derden het patent beschikbaar hebben in Italië.

De sancties die een persoon die een inbreuk heeft begaan kunnen worden opgelegd, bestaan uit de publicatie van de uitspraak, het toekennen van de inbreuk makende artikelen aan de eigenaar

van het patent als zijn eigendom, het verwijderen, ontnemen of vernietigen van dergelijke artikelen en de betaling van een bedrag ter vergoeding van de veroorzaakte schade.

Gerechtelijke procedures om iemands patentrechten te verdedigen, hebben bepaalde kosten en een bepaalde tijd nodig om tot een definitief oordeel te komen. Bij de beoordeling van de kosten moet rekening worden gehouden met de waarde van de inbreuk. De tijd moet worden beoordeeld in het kader van de omvang van de inbreuk en de daardoor veroorzaakte schade. Er zijn landen waar een inbreukprocedure een redelijke tijd duurt, maar er zijn ook landen waar een inbreukprocedure 6-7 jaar kan duren. Op dezelfde manier zijn er landen waar de kosten van een zaak redelijk zijn, maar er zijn landen waar de kosten enorm zijn.

Bescherming van patenten in het buitenland

Een patentaanvraag kan volgens de voorrangprocedure binnen 12 maanden na de eerste indiening in het buitenland worden verlengd. Als de uitgebreide tekst in wezen overeenkomt met de originele tekst zoals die in Italië is ingediend, heeft deze voorrang. Als er nieuwe functies in de tekst worden geïntroduceerd die geen verband houden met de originele, hebben dergelijke nieuwe functies geen recht op voorrang.

Een patentaanvraag kan ook buiten de voorrangprocedure worden verlengd, dat wil zeggen binnen 18 maanden na de eerste indiening, mits de inhoud van de patentaanvraag niet openbaar is gemaakt (bijvoorbeeld door het object met het inventieve idee op de markt te brengen, als het door onderzoek van het object mogelijk is om het inventieve idee te begrijpen), en op voorwaarde dat het onderwerp van de uitvinding niet anderszins is bekendgemaakt of op voorwaarde dat derden in de tussentijd geen identieke aanvraag hebben ingediend. Uitbreiding naar het buitenland kan per land worden gedaan, dat wil zeggen door gebruik te maken van een van de uniforme procedures, zoals die onder het Europees Patentverdrag of het internationale toepassingsverdrag (PCT). Het PCT voorziet in een procedure die het mogelijk maakt om het moment waarop men moet beslissen in welke landen om een patenttitel te bevestigen, uit te stellen. De PCT-procedure moet worden beschouwd als een verdragingsprocedure en niet als een verleningsprocedure, terwijl de Europese patentprocedure een verleningsprocedure is. Bij de toepassing van de uniforme procedures moet rekening worden gehouden met de tijd die dergelijke procedures nodig hebben om tot toestemming te komen en ook met de problemen die zich na de toestemming kunnen voordoen. Er moet inderdaad worden opgemerkt dat er maar weinig landen zijn (bijv. Italië) die het mogelijk maken een inbreukzaak te starten voordat de patenttitel is verleend.

Een toestemming die plaatsvindt terwijl de overtreding al is begonnen kan de interesse om een defensief proces op te starten frustreren.

Een uitbreiding moet op dezelfde manier worden beschouwd als elke andere productie-investering. De uitgaven voor patentbescherming in het buitenland moeten daarom een overeenstemming vinden in een redelijke omzet en de relatieve marge van bijdrage of in het voordeel ten opzichte van concurrenten dat de eigenaar hoopt te verwerven. Bovendien moet bij de bescherming rekening worden gehouden met de mogelijkheid dat het alleen in bepaalde landen de moeite waard is om een gerechtelijke procedure te starten, aangezien acties in dergelijke landen binnen een redelijke termijn worden afgerond en redelijke en verwachte

uitspraken doen. In die landen waar de wet geen zekerheid biedt, mogen patenten alleen worden aangevraagd na lange meditatie en evaluatie van de commerciële redenen of effectieve technische samenwerking.

Evenzo moet een patenttitel worden opgegeven zodra wordt vastgesteld dat er geen reëel belang is in termen van concurrentiedrempel of omzet.

Hoofdstuk 16: Roemenië Stapsgewijs

Introductie

Op het niveau van 2017 registreerde Roemenië in totaal 525.660 bedrijven. Een groot deel van de bedrijven die in Roemenië actief zijn, was geregistreerd in de dienstensector, zoals blijkt uit de officiële gegevens van het National Statistics Institute (INS). De dienstensector is ook de grootste werkgever van het land. Buitenlandse investeerders dienen het volgende te overwegen:

de dienstensector heeft het grootste aandeel van de Roemeense actieve bedrijven, met 46,7% van het totale aantal hier geregistreerde bedrijven;

het vertegenwoordigt ook 35,4% van het totale personeelsbestand dat in Roemenië werkt;

het totale aantal Roemeense bedrijven - 525.660 - was een stijging van 5% ten opzichte van het voorgaande jaar;

de Roemeense handelssector was goed voor in totaal 172.000 bedrijven;

79% van de werknemers in Boekarest, de hoofdstad van het land, werkt in de dienstensector;

Boekarest had, op het niveau van augustus 2018, in totaal meer dan 1 miljoen werknemers (de stad heeft meer dan 2 miljoen inwoners).

Buitenlandse zakenlieden die een van de juridische entiteiten willen opzetten, moeten ook weten dat het land in totaal 73.000 multinationale groepen van bedrijven heeft die actief zijn op de lokale markt. Hiervan wordt slechts een klein percentage vertegenwoordigd door bedrijven die zijn opgericht door Roemeense zakenlieden; om precies te zijn slechts 5.300.

Stap 1: Kies rechtsvorm

De volgende rechtsvormen zijn:

- Societăți comerciale, afgekort SC (Bedrijven)
- Societăți de persoane (bedrijven zonder rechtspersoonlijkheid, ook wel partnerschappen genoemd)
- Societatea în nume colectiv, afgekort SNC (General Partnership, afgekort GP)
- Societatea în comandită simplă, afgekort SCS (Limited Partnership, afgekort LP)
- Societăți de capitaluri (Incorporated bedrijven, ook wel Corporations genoemd)
- Societatea în comandită pe acțiuni, afgekort SCA (Company Limited by Shares)
- Societatea pe acțiuni, afgekort SA (Joint-Stock Company)
- Societăți hibride (Hybride bedrijven)
- Societatea cu răspundere limitată cu proprietar unic, afgekort SRL cu proprietar unic
- S.A. (Societate pe Acțiuni): ≈ plc (VK)
- S.C.A. (societate în comandită pe acțiuni): commanditaire vennootschap met aandelen
- S.C.S. (societate în comandită simplă): ≈ commanditaire vennootschap

- S.N.C. (societate în nume colectiv): ≈ algemeen partnerschap
- S.R.L. (societate cu răspundere limitată): ≈ Ltd. (VK) ≈ Naamloze Vennootschap (NV)
- PFA (persoana fizica autorizata): ≈ zelfstandige (VK) Eenmanszaak (VS)
- O.N.G. (Organizație Non-Guvernamentală): ≈ Niet-staatspensioenfonds (letterlijk: niet-gouvernementele organisatie)
- vennootschap met beperkte aansprakelijkheid "societate cu raspundere limitata" (SRL); naamloze vennootschap "societate pe actiuni" (SA)

De meest voorkomende rechtsvormen zijn de SRL (BV, BVBA) en de SA (NV). Kiest een rechtsvorm:

1. Societate cu răspundere limitată (SRL) – Naamloze Vennootschap

Societate cu răspundere limitată, afgekort SRL (Limited Liability Company/NV), is de meest gebruikelijke manier om een bedrijf te starten in Roemenië en het is ook de geprefereerde juridische entiteit van buitenlandse investeerders die een Roemeens bedrijf registreren. Het is opgericht met een kapitaal van RON 200. Het kan worden opgericht door één aandeelhouder. Het belangrijkste kenmerk van een naamloze vennootschap is uiteraard dat de verplichtingen van sociale schulden beperkt zijn tot bijdragen op geplaatste en volgestorte aandelen. Zoals we hierboven hebben uiteengezet, is het minimum aandelenkapitaal voor een Roemeense vennootschap met beperkte aansprakelijkheid RON 200, dat moet worden verdeeld in aandelen met een waarde van minimaal RON 10. Het maximum aantal partners dat kan associëren in een naamloze vennootschap is 50.

Deze aandeelhouders of vennoten kunnen rechtspersonen of natuurlijke personen zijn. Een Roemeense SRL kan een of meer bestuurders hebben, die mogelijk volledige of beperkte bevoegdheden hebben; ze kunnen Roemeense of buitenlandse burgers zijn. De ambtstermijn van een Roemeense bestuurder kan beperkt of onbeperkt zijn. In het geval dat de SRL een enige aandeelhouder heeft, dan kan deze aandeelhouder ook een werknemer zijn van het betreffende bedrijf (in dit geval moet een arbeidsovereenkomst worden opgesteld en ingediend bij de Arbeidskamer in Roemenië).

2. Societate pe acțiuni (SA) - Public Limited Company

De SRL kan voor 100 procent in buitenlandse handen zijn. De bestuurders kunnen ook van buitenlandse afkomst zijn. Het aantal deelnemers aan een SRL is minimaal één en maximaal vijftig. Een enige aandeelhouder mag niet de enige aandeelhouder zijn in meer dan één SRL. De eenmanszaak komt ook veel voor als een SRL in Roemenië (asociaat unic).

De kapitaalstorting kan zowel in geld als in natura worden gedaan en bedraagt minimaal 200 lei (1 Ron = 4,75 euro op 8 april 2019).

Het Roemeense "Partnership Limited by Shares" - Societatea în Comandita pe Acțiuni

Het is niet een heel gebruikelijk type Roemeense entiteit. Deze bedrijfsvorm is vergelijkbaar met de "Sleeping Partnership Company" omdat deze moet worden opgericht door ten minste twee

aandeelhouders, en net als in het geval van de "Sleeping Partnership Company" hebben de aandeelhouders van het bedrijf verschillende soorten aansprakelijkheid, en dit kan worden gepresenteerd door ons team van advocaten in Roemenië.

Het belangrijkste verschil tussen de twee soorten bedrijven is dat de Partnership Limited by Shares Company een gedeeld kapitaal heeft dat bestaat uit aandelen. De aansprakelijkheid voor de verplichtingen van het bedrijf is anders voor de aandeelhouders, dus er zijn aandeelhouders die persoonlijk aansprakelijk zijn voor de verplichtingen van het bedrijf en deze worden "comanditati" genoemd. Ons advocatenkantoor in Roemenië kan je meer informatie geven over de rechten en plichten van de oprichters van het bedrijf.

De andere soorten aandeelhouders, "comanditari", zijn slechts aansprakelijk voor de schulden van het bedrijf voor het bedrag waarmee ze hebben deelgenomen aan het aandelenkapitaal van het bedrijf. Deze bedrijfsvorm moet worden opgericht met een minimum aandelenkapitaal van RON 90.000 (of het equivalent daarvan in EUR, dat is EUR 19.042). Het bedrijf kan alleen worden beheerd door de aandeelhouders die persoonlijk aansprakelijk zijn voor de verplichtingen van het bedrijf.

Wat zijn de voordelen van een Roemeense SRL?

Naast de lage waarde van het kapitaal van het bedrijf, biedt de Roemeense SRL nog meer voordelen aan zijn oprichters. Ons Roemeense advocatenkantoor kan een uitgebreide presentatie geven over de kenmerken van een lokale SRL, die kan worden gevormd met 100% buitenlands eigendom. Andere kenmerken van de Roemeense SRL zijn de volgende:

het kan profiteren van een snelle registratieprocedure (het bedrijf kan in een periode van drie dagen worden opgericht);

het kan worden opgericht door één aandeelhouder, die een buitenlander kan zijn;

de aandelen van het bedrijf kunnen niet worden verdeeld, noch kunnen ze aan het grote publiek worden verkocht;

het kan niet worden geregistreerd door een ander bedrijf als de Roemeense SRL is opgericht door één aandeelhouder;

het bedrijf moet een officieel vestigingsadres vastleggen waar het zijn officiële correspondentie kan ontvangen.

Wat zijn de belangrijkste documenten voor het starten van een Roemeense SRL?

De registratieprocedure voor elk van de bedrijfstypen die in Roemenië beschikbaar zijn, is vergelijkbaar. Er kunnen echter verschillen optreden in de soorten documenten die de investeerders moeten voorbereiden bij de registratie van de gekozen juridische structuur. In het geval van een Roemeense vennootschap met beperkte aansprakelijkheid, moeten investeerders de volgende documenten overleggen:

de statuten en de oprichtingsakte, die moeten worden gedeponereerd bij het Landelijk Handelsregister;

in het geval dat de vennootschap vennootschappelijke investeerders als aandeelhouders heeft, is het noodzakelijk om de statuten van de respectieve vennootschappen neer te leggen;

uittreksels uitgegeven door het Handelsregister dat actief is in het land waar de aandeelhouders van de vennootschap zijn geregistreerd;

het dossier moet ook een kredietwaardigheidsverklaring bevatten, afgegeven door een financiële instelling;

het standaardaanvraagformulier en kopieën van de identificatiedocumenten van de vertegenwoordigers van het bedrijfs.

Stap 2: Schrijf je bedrijf officieel in bij de Kamer van Koophandel

Het registratieproces voor een nieuwe juridische commerciële entiteit is de primaire functie van het National Trade Register Office (NTRO) [Oficiul National al Registrului Comertului (ONRC)], een nationale autoriteit die ondergeschikt is aan het ministerie van Justitie.

Het wettelijk kader met betrekking tot de oprichting van nieuwe bedrijven wordt voornamelijk bepaald door de wet van 31/1990, die de nodige documenten, procedures en kapitaalvereisten beschrijft. De NTRO stelt een volledige lijst van documenten en procedures ter beschikking, zowel in het Roemeens als in het Engels.

Elke nieuwe besloten vennootschap met beperkte aansprakelijkheid opgericht door personen die geen geassocieerde deelneming of aandeelhouder zijn geweest in een andere vennootschap binnen het Europese Economische Gebied, kan genieten van een vrijstelling van alle oprichtingsbelastingen en -tarieven vereist door de NTRO, evenals bepaalde andere voordelen uiteengezet in de 6/2011 noodverordening van de regering als ze ervoor kiezen zich te registreren als een SRL-D (debutant private limited company) micro-onderneming.

Specifieke economische sector bij Start-up

De activiteit van elk bedrijf moet vallen binnen een geregistreerde en gereguleerde economische sector, zoals geclassificeerd door de CAEN-nomenclatuur (code van activiteiten in de nationale economie)).

Specifieke vergunningsprocedures en vergunningen kunnen nodig zijn voor een verscheidenheid aan gespecialiseerde economische activiteiten, variërend van voedselverwerking, winning van natuurlijke hulpbronnen tot telecommunicatie en medische diensten.

Stap 3: Fiscale regelgeving en boekhouding

Boekhouding

Belastingen en bijdragen verschuldigd door bedrijven en particulieren worden gecodificeerd in het fiscaal wetboek, de wet 227/2015, bijgewerkt en gewijzigd.

Het Roemeense fiscale regime voor bedrijven wordt bepaald door vier primaire belastingen die rechtstreeks van toepassing zijn op bedrijven, hun eigenaren of consumenten, en twee belastingen die worden betaald door werknemers (en zelfstandigen).

Vennootschapsbelasting

De vennootschapsbelasting (16%) die alle ondernemingen moeten betalen over hun belastbare winst

Dividendbelasting

De dividendbelasting (5%) die betrekking heeft op dividendbetalingen door de onderneming aan geassocieerde deelnemingen of aandeelhouders.

De inkomstenbelasting voor micro-ondernemingen (1-3%) die alle micro-ondernemingen (besloten vennootschappen met beperkte aansprakelijkheid met een bruto-inkomen van minder dan 1 miljoen euro per jaar die zich registreren als micro-onderneming) betalen over hun bruto-inkomen in plaats van de vennootschapsbelasting.

De belasting over de toegevoegde waarde (19% of verlaagd voor bepaalde categorieën) die door alle eindverbruikers moet worden betaald, met de mogelijkheid voor nieuwe bedrijven om vrijgesteld te worden als hun bruto-inkomen lager is dan 65.000 euro.

Bovendien betalen werknemers ook twee belastingen over hun salaris, als volgt.

De inkomstenbelasting (10%) verschuldigd over het belastbaar inkomen (verschilt voornamelijk van het bruto inkomen doordat het wordt berekend als het inkomen na betaling van de verplichte sociale en medische premies)

De bijdragen aan sociale (en medische) verzekeringen (25% + 10% + 2,25% - de laatste wordt betaald door de werkgever)

Bepaalde criteria en voorwaarden zijn van toepassing op alle belastingregimes, waarbij specifieke informatie wordt verstrekt door het ministerie van Financiën.

Bron : [Romanian Ministry of Finance](#)

Stap 4: Schrijf een bedrijfsplan

Zie hoofdsuk 11 en 18 van het Green Book.

Stap 5: Een zakelijke rekening openen

Als je een zakelijke rekening bij een Roemeense bank wilt hebben, moet je persoonlijk gaan. De storting van het maatschappelijk kapitaal op een rekening geopend bij de oprichting kan ook fiduciair gebeuren.

Stap 6: Milieubeschermingswetten en -regels en het aanvragen van vergunningen

Afhankelijk van hun economische sector kunnen bedrijven zich moeten houden aan strengere of specifieke regels en voorschriften met betrekking tot milieubescherming, vooral in de landbouw-, energie- en industriële activiteitsdomeinen. Als zodanig kan een speciaal milieuvergunningproces vereist zijn met een uitgebreide lijst van economische activiteiten waarvoor een dergelijke vergunning vereist is, beschikbaar gesteld door de National Environmental Protection Agency via het ministerieel besluit van 1798/2007, bijgewerkt en gewijzigd.

De meeste Roemeense milieubeschermingswetten vloeien rechtstreeks voort uit richtlijnen van de Europese Unie en milieubescherming en worden gehandhaafd door de National Environmental Protection Agency, die ook belast is met het publiceren van alle wetgeving met betrekking tot het milieu.

Bron : [National Environmental Protection Agency](#) en [European Union Environment Portal](#)

Stap 7: Privacy / bescherming van persoonlijke gegevens (een zakelijke website maken)

Bescherming van persoonlijke gegevens

De regelgeving inzake gegevensbescherming in Roemenië wordt uiteengezet in de wet 363/2018, die op zijn beurt werd ontwikkeld en aangenomen om te voldoen aan de regelgeving van de Europese Unie, met name de algemene verordening gegevensbescherming.

De regels en voorschriften voor gegevensbescherming worden gehandhaafd door de nationale toezichthoudende autoriteit voor de verwerking van persoonsgegevens, die ook de instantie is die bevoegd is om GDPR-klachten te onderzoeken.

Bron : [National Supervisory Authority for Personal Data Processing](#), [European Union data protection rules and GDPR](#)

Stap 8: Verzekering

In Roemenië zijn alle zelfstandigen (geautoriseerde personen) en werknemers wettelijk verplicht om deel te nemen aan en gedekt te zijn door de nationale verzekeringsstelsels voor pensioen en gezondheid, en in bepaalde omstandigheden werkloosheid.

Hoewel de aansprakelijkheid voor verzekeringsbijdragen enigszins kan variëren afhankelijk van tijdelijke regelingen voor het starten van een bedrijf, is de aansprakelijkheid over het algemeen vergelijkbaar voor een gemachtigde persoon en een werknemer, met als belangrijkste verschil het feit dat de bijdragen van werknemers bij de bron worden ingehouden (door de werkgever) en rechtstreeks uitbetaald, terwijl de zelfstandigen persoonlijk verantwoordelijk zijn voor de afwikkeling van de betalingen.

Stap 9: Human Resources Management

Naast de fiscale bepalingen met betrekking tot werknemers die al zijn gespecificeerd, worden de algemene regels en voorschriften met betrekking tot de arbeidsmarkt uiteengezet in de Arbeidswet, wet 53/2003, opnieuw gepubliceerd met updates en wijzigingen.

De wet schetst de normale/gebruikelijke bescherming en rechten van werknemers in overeenstemming met de Europese continentale normen, zoals het recht om je bij een vakbond aan te sluiten, het recht op collectieve onderhandelingen, het recht op betaald verlof enz. De standaard werkweek is 40 uur, met een maximum van 8 uur per dag en een minimum betaald verlof (exclusief nationale feestdagen) van 20 werkdagen per jaar.

Net als op alle andere gebieden zijn Europese richtlijnen van toepassing en worden deze in de wetgeving vertaald volgens de vereisten van het VWEU.

Bron : [European Commission Employment, Social Affairs & Inclusion Portal](#)

Stap 10: Patenten and Brands

Het staatsbureau voor uitvindingen en handelsmerken (SOIT) [Oficiul de Statpentru Inventii si Marci (OSIM)] is de Roemeense nationale autoriteit die belast is met de registratie en autorisatie van patenten en brands en andere intellectuele eigendomsartikelen.

De belangrijkste wetten met betrekking tot intellectuele eigendom zijn de wet 129/1992, wet 350/2007, wet 16/1995, wet 84/1998 en wet 64/1991, opnieuw gepubliceerd met updates en wijzigingen.

Een uitgebreide lijst met tarieven en toepasselijke belastingen voor brand registratie en soortgelijke activiteiten wordt verstrekt door de SOIT.

Bron : [State Office for Inventions and Trademarks](#)

Hoofdstuk 17 Turkije stapsgewijs

Introductie Turkije

Er is een bepaling in clausule (I) van artikel 5 van de verordening inzake het openen van een bedrijf en werkvergunningen, gepubliceerd in het staatsblad van 10.08.2005 en genummerd 25902, die de bepaling bevat: "Voldoen aan de bepalingen van de wetgeving inzake vreemdelingen betreffende het openen en in dienst nemen van bedrijven door buitenlanders ". In overeenstemming met wet nr. 6735. Buitenlanders die een bedrijf willen openen, moeten een werkvergunning krijgen van het Ministerie van Arbeid, Gezin en Sociale Diensten voordat ze kunnen werken.

Als buitenlanders een bedrijf willen openen en onder hun eigen naam en een account, moeten ze bij MoLFSS een aanvraag indienen om een werkvergunning te verkrijgen na voltooiing van de vestigingsprocedures van de genoemde werkplekken bij de relevante autoriteiten (zoals de publicatie van de werkplek in het handelsregister of het handelsregister en het verkrijgen van een fiscaal nummer). Als resultaat van de evaluatie die MoLFSS moet maken, moeten buitenlanders wiens verzoek is goedgekeurd en aan wie werkvergunningen zijn verleend, een aanvraag indienen bij de relevante gemeenten met deze vergunningen en een bedrijfsvergunning en werkvergunning aanvragen.

De procedures en principes voor Syriërs onder tijdelijke bescherming om in ons land te werken, worden geregeld door de "Regeling werkvergunningen voor vreemdelingen onder tijdelijke bescherming", die werd gepubliceerd in het staatsblad van 15.01.2015 en genummerd 29594 en een werkvergunning voor buitenlanders MoLFSS onder het kader van werken in Turkije.

Buitenlanders die voor eigen rekening zelfstandig werken in het kader van tijdelijke bescherming, na voltooiing van de oprichtingsprocedures van de werkplek op voorwaarde dat ze belastingnummers hebben door de documenten te scannen die de activiteit van de werkplek aangeven, zoals het handelsregister gazette voor bedrijven, het relevante kamerregistratiedocument voor wezenlijke kooplieden, handelaars en ambachtslieden aan het automatiseringssysteem tijdens de aanvraag. Je moet een werkvergunning hebben voordat je aan het werk gaat. De buitenlander moet een werkvergunning hebben bij het verlenen van een bedrijfs- en werkvergunning door de bevoegde autoriteiten.

Bijna 4 miljoen Syriërs in Turkije

Ondanks hun succes werken jonge migrerende (Syrische) ondernemers in alle landen binnen een onbekende economie en regelgevingsomgeving, met een beperkt klantenbestand en een inconsistente toegang tot incentives en zakelijke ondersteuning. In Turkije kunnen partnerschappen met Turkse bedrijven een aantal van deze uitdagingen helpen verlichten. Syrische bedrijven brengen unieke competenties met zich mee, waaronder bekendheid met de Arabisch sprekende consumenten van Turkije en bestaande banden met bedrijven in Syrië, het grotere Midden-Oosten en Noord-Afrika. Het benutten van deze competenties kan nieuwe groei kansen betekenen voor Turkse bedrijven. In wezen kunnen Syrische bedrijven toegang bieden tot nieuwe markten in het buitenland, maar Turkse bedrijven kunnen Syriërs helpen binnenlandse markt te breken.

Het Turkse Ministerie van Nationaal Onderwijs (MoNE) beveelt het volgende aan om meer interactie en uiteindelijk partnerschappen tussen Turkse en Syrische bedrijven te cultiveren voor wederzijds voordeel:

- Syrische bedrijven voorzien van middelen om door de Turkse markt en regelgevende omgeving te navigeren.
- Investeer in mogelijkheden voor opleiding en capaciteitsopbouw voor Syrische en Turkse bedrijven, evenals overheidsinstanties die bedrijven en buitenlandse investeerders bedienen.
- Bied netwerkmogelijkheden en platforms aan voor Syrische bedrijven om hun producten en diensten te promoten.
- Beleidsonzekerheden en regeldruk verminderen om Syrische langetermijninvesteringen in Turkije aan te moedigen en formalisering te vergemakkelijken.
- Het bereik en de rechtvaardige toegang tot incentives voor Syrische bedrijven vergroten, vooral om hun exportpotentieel en brand (merk)ontwikkeling te realiseren.
- Verzamel en geef toegang tot gedetailleerde gegevens over Syrische bedrijven voor verdere analyse.

Kamers van koophandel en industrie in alle provincies kunnen het volgende:

- Bereid Arabische taalguides voor om Syrische ondernemers te helpen bij het vinden en runnen van een bedrijf in Turkije. De Gaziantep Kamer van Koophandel heeft hier ervaring mee.
- Staf toegewijde helpdesk voor Syrische ondernemers die een bedrijf willen starten. Bied training en ondersteuning over Turkse wet- en regelgeving, bankregelgeving en beschikbare investerings- en export incentives.
- Organiseren van zakelijke netwerkbijeenkomsten. Breng Syrische en Turkse bedrijven samen onder de paraplu van een onpartijdige kamer.
- Syrische bedrijven een platform en locatie bieden om hun commerciële activiteiten bij Turkse bedrijven te introduceren. Het houden van deze bijeenkomsten in het Engels kan voor sommige potentiële partners een gemeenschappelijke werktaal zijn

Stap 1: Kies rechtsvorm

Bedrijfstypen onder TCC en alternatieve rechtsvormen

Er zijn rechtsvormen met- en zonder rechtspersoonlijkheid voor bedrijven onder de TCC, waarin staat dat bedrijven onder de volgende typen kunnen worden opgericht:

a. Rechtsvormen met rechtspersoonlijkheid

Naamloze vennootschap (JSC)

Vennootschap met beperkte aansprakelijkheid (LLC)

Coöperatieve vennootschap

Hoewel sommige financiële drempels (d.w.z. minimumkapitaal) en organen van elkaar verschillen, zijn de te volgen procedures voor het opzetten van een JSC of een LLC dezelfde.

b. Rechtsvormen zonder rechtspersoonlijkheid

Collectief bedrijf (Maatschap)

Commanditaire Vennootschap

Hoewel bedrijven kunnen worden opgericht volgens deze vijf verschillende typen, zijn JSC en LLC de meest gebruikte typen, zowel in de wereldeconomie als in Turkije..

5.6.2. Stap 2: Schrijf je bedrijf officieel in bij de Kamer van Koophandel

Turkije heeft hervormingen doorgevoerd om het zakendoen te vergemakkelijken en het investeringsklimaat te verbeteren, de bureaucratie bij het opzetten van een bedrijf weg te nemen en de kosten en procedures tot een minimum te beperken. Daartoe wordt het oprichten van een bedrijf nu alleen gedaan bij handelsregistratiekantoren in de Kamers van Koophandel en ontworpen als een 'one-stop-shop'. Het proces is binnen dezelfde dag voltooid. Het proces van het oprichten van een naamloze vennootschap of vennootschap met beperkte aansprakelijkheid is vrij eenvoudig en ongecompliceerd, vooral nadat de notariële en apostillecertificering of bekrachtigingsformaliteiten zijn voltooid met betrekking tot de documenten die bij de aanvraag moeten worden ingediend. Om het proces van het oprichten van een bedrijf in Turkije te starten, moet bepaalde informatie op MERSIS worden ingevoerd. Deze stap vereist onder meer dat een fiscaal identificatienummer wordt verkregen voor niet-Turkse individuen en/of rechtspersonen die aandeelhouders en/of bestuurders van het bedrijf zullen zijn. Zodra de belastingidentificatienummers zijn verkregen van de relevante belastingdienst en aan MERSIS zijn verstrekt, wordt een MERSIS-nummer gegenereerd voor buitenlanders.

Bij indiening van de documenten via MERSIS, zullen dergelijke documenten worden gecertificeerd door een notaris of het relevante handelsregister in Turkije. Bij de certificering van de documenten moeten de gecertificeerde documenten en alle andere ondersteunende oprichtingsdocumenten (bijv. Handtekeningenverklaringen door de leden van de raad van bestuur en andere ondertekenaars, blokkeerbrief van een bank in Turkije waarin wordt verklaard dat ten minste 25 % van het aandelenkapitaal van de entiteit is gestort en geblokkeerd op een bankrekening, enz.) zoals gevraagd door het relevante handelsregister fysiek worden ingediend voor registratie. Zodra het relevante handelsregister alle documentatie als volledig en geschikt heeft verklaard, wordt een registratiecertificaat verstrekt dat de oprichting van het nieuwe bedrijf bewijst. Het handelsregister zal ook de verplichte juridische en financiële boeken van de nieuw opgerichte onderneming samen met het registratiecertificaat verstrekken.

Stap 3: Fiscale regelgeving en boekhouding

TURKS BELASTINGSSYSTEEM

Het Turkse directe belastingstelsel bestaat uit twee hoofdbelastingen; inkomstenbelasting en vennootschapsbelasting. Een individu is onderworpen aan de inkomstenbelasting over zijn inkomen en verdiensten, in tegenstelling tot een vennootschap die aan vennootschapsbelasting is onderworpen over zijn inkomen en verdiensten. De belastingregels voor individuele inkomsten en inkomsten zijn opgenomen in de wet op de inkomstenbelasting 1960 (ITL). Evenzo zijn de regels met betrekking tot de belasting van bedrijven opgenomen in de wet op de vennootschapsbelasting 1949 (CTL). Ondanks het feit dat elk onder een andere wetgeving valt, zijn veel regels en bepalingen van de wet op de inkomstenbelasting ook van toepassing op bedrijven, met name wat betreft inkomenselementen en de bepaling van het netto-inkomen.

INKOMSTENBELASTING:

Belastbaar inkomen:

De inkomstenbelasting wordt geheven over het inkomen van particulieren. Onder individuen worden natuurlijke personen verstaan. Bij de toepassing van de inkomstenbelasting worden partnerschappen niet als afzonderlijke entiteiten beschouwd en wordt elke partner afzonderlijk belast over zijn aandeel in de winst. Het inkomen van een persoon kan bestaan uit een of meer inkomenselementen die hieronder worden vermeld:

- Bedrijfswinsten,
- Landbouwwinsten,
- Salarissen en lonen,
- Inkomsten uit zelfstandige persoonlijke dienstverlening
- Inkomsten uit onroerende zaken en rechten (huurinkomsten)
- Inkomsten uit roerende goederen (inkomsten uit kapitaalbeleggingen)
- Overige inkomsten en inkomsten zonder rekening te houden met de bron van inkomsten

Belastingenschuld:

In het algemeen wordt het ingezetenschaps criterium gebruikt bij het bepalen van de belastingplicht voor individuen. Dit criterium vereist dat een persoon die zijn woonplaats in Turkije heeft, belasting moet betalen over zijn wereldinkomen (onbeperkte aansprakelijkheid). Elke persoon die meer dan zes maanden in een kalenderjaar in Turkije verblijft, wordt verondersteld inwoner van Turkije te zijn. Buitenlanders die zes maanden of langer in Turkije verblijven voor een specifieke baan of bedrijf of voor bepaalde doeleinden die in het ITL zijn gespecificeerd, worden niet als ingezetenen behandeld en daarom is voor hen geen onbeperkte belastingplicht van toepassing..

Naast het ingezetenschaps criterium, binnen een beperkte reikwijdte, is het nationaliteitscriterium ook van toepassing, ongeacht hun verblijfsstatus. Turkse staatsburgers die in het buitenland wonen en werken voor de overheid of een overheidsinstelling of een bedrijf waarvan het hoofdkantoor in Turkije is gevestigd, worden beschouwd als onbeperkt aansprakelijk belastingplichtigen. Dienovereenkomstig zijn zij onderworpen aan de inkomstenbelasting over hun wereldinkomen.

Niet-ingezetenen zijn alleen belastingplichtig over hun inkomen uit bronnen in Turkije (beperkte aansprakelijkheid). Voor belastingdoeleinden is het vooral belangrijk om te bepalen onder welke omstandigheden inkomen wordt geacht te zijn verkregen in Turkije. De bepalingen van artikel 7 van de wet op de inkomstenbelasting behandelen deze kwestie. In de volgende omstandigheden wordt aangenomen dat het inkomen afkomstig is uit Turkije.

Bedrijfswinst: Een persoon moet een vaste inrichting of vaste vertegenwoordiger in Turkije hebben en inkomsten moeten voortvloeien uit zaken die in deze vaste inrichting of via dergelijke vertegenwoordigers worden uitgeoefend.

Landbouwincome: Landbouwactiviteiten die inkomen genereren, moeten plaatsvinden in Turkije.

Lonen en salarissen:

- Diensten moeten worden verleend of verantwoord in Turkije.
- Vergoedingen, toewijzingen, dividenden en dergelijke betaald aan de voorzitters, bestuurders, accountants en vereffenaars van de vestiging in Turkije, moeten in Turkije worden verantwoord.
- Inkomsten uit onafhankelijke persoonlijke diensten: onafhankelijke persoonlijke diensten moeten worden uitgevoerd of verantwoord in Turkije.
- Inkomsten uit onroerende goederen:

- Onroerende zaken moeten in Turkije zijn;
- Rechten die als onroerend worden beschouwd, moeten in Turkije worden gebruikt of verantwoord.

Inkomsten uit roerende kapitaalinvesteringen: Investering van het kapitaal moet in Turkije plaatsvinden.

Overige inkomsten en inkomsten: De activiteiten of transacties die andere inkomsten genereren, gespecificeerd in de wet op de inkomstenbelasting, moeten worden uitgevoerd of verantwoord in Turkije. De hierboven gebruikte term om de belastingplicht van niet-ingezetenen te verduidelijken, betekent dat een betaling in Turkije moet worden gedaan, of dat, als de betaling in het buitenland wordt gedaan, deze in de boeken in Turkije moet worden opgenomen..

Bepaling van het nettoresultaat:

Bedrijfswinst:

Bedrijfswinst wordt gedefinieerd als winst die voortvloeit uit commerciële of industriële activiteiten. Hoewel deze definitie zeer uitgebreid is en alle soorten commerciële en industriële activiteiten omvat, sluit het ITL sommige activiteiten uit van de inhoud van bedrijfswinsten. Over het algemeen worden activiteiten uitgevoerd door handelaars en ambachtslieden die geen vaste vestiging hebben, niet beschouwd als commerciële en industriële activiteiten en zijn ze vrijgesteld van inkomstenbelasting..

Om inkomsten uit commerciële en industriële activiteiten te kunnen belasten, moet er bovendien continuïteit zijn in de uitvoering van deze activiteiten. Met andere woorden, incidentele activiteiten in die aard worden niet behandeld als commerciële of industriële activiteiten en daarom behandelt de wet op de inkomstenbelasting deze activiteiten als de overige inkomsten en inkomsten..

Het ITL vermeldt niet elke commerciële en industriële activiteit en verwijst voor de reikwijdte van deze voorwaarden alleen naar de Turkse handelswet. Toch worden verschillende activiteiten genoemd, namelijk ter verduidelijking in artikel 37. Deze zijn als volgt:

- De exploitatie van mijnen, steengroeven en tijdgroeven, winning van zand en kiezelstenen operaties van steen- en tegelovens;
- Aandelenhandel;
- Exploitatie van particuliere scholen, ziekenhuizen en soortgelijke plaatsen;
- Regelmatige handelingen van verkoop, aankoop en bouw van onroerend goed;
- Aan -en verkoop van effecten/obligaties namens iemand en doorlopend;
- gehele of gedeeltelijke verkoop van grond die is verkregen door aankoop of ruil en binnen vijf jaar na de aankoopdatum is onderverdeeld en tijdens deze periode of in daaropvolgende jaren is verkocht;
- Inkomsten uit gebitsprothese.

Kortom, het belastbaar inkomen van een zakelijke onderneming is het verschil tussen haar nettoactiva aan het begin en aan het einde van een kalenderjaar.

Er worden twee methoden gebruikt om bedrijfswinsten te berekenen: forfaitaire basis en werkelijke basis in de eerste methode, de wet op de inkomstenbelasting specificeert de geschatte bedrijfswinsten voor belastingbetalers die in aanmerking komen voor een dergelijke behandeling volgens de relevante bepalingen van de wet. De belangrijkste veronderstelling is dat die belastingplichtigen die door de wet worden gespecificeerd, moeite hebben om de

boekhouding bij te houden en hun inkomen op de werkelijke basis te bepalen. Daarom worden hun inkomstenbelastingen berekend op basis van hun geschatte winsten bepaald door de wet.

Bij de laatste methode wordt de bedrijfswinst bepaald op de werkelijke basis: belastingbetalers moeten een boekhouding bijhouden om hun werkelijke inkomsten en uitgaven die zich binnen het kalenderjaar voordoen, te registreren. Over het algemeen worden bedrijfsgerelateerde kosten die zijn betaald of opgelopen in verband met het bedrijfsleven, in mindering gebracht op de opbrengsten:

Aftrekbare kosten:

Om het nettobedrag van de bedrijfswinsten op feitelijke basis te bepalen, kunnen de volgende kosten in mindering worden gebracht op de opbrengsten:

- algemene uitgaven voor het behalen en behouden van bedrijfswinst;
- reis -en maaltijd kosten voor werknemers op de werkplek;
- uitgaven voor medische behandelingen en medicijnen;
- verzekeringen en pensioenpremies;
- kledingkosten betaald voor werknemers;
- verliezen, schadevergoedingen en vergoedingen betaald op basis van schriftelijke overeenkomsten, juridische decreten of krachtens de wet;
- voor de onderneming relevante reis- en verblijfkosten;
- uitgaven voor voertuigen die deel uitmaken van de onderneming en worden gebruikt in het bedrijf;
- belastingen in natura, zoals bouw- en verbruiksbelastingen, postzegels en gemeentelijke belastingen en vergoedingen en heffingen, gerelateerd aan het bedrijf;
- afschrijvingen aangelegd volgens de bepalingen van de wet op de belastingprocedures;
- betalingen aan de vakbonden;

Betalingen die niet als onkosten worden geaccepteerd:

De hieronder vermelde betalingen worden niet als aftrekbare kosten beschouwd;

- fondsen die door de eigenaar of door zijn echtgenoot of kinderen aan de onderneming zijn onttrokken, of andere activa in natura die door hen zijn ingenomen;
- maandelijkse salarissen, lonen, bonussen, provisies en vergoedingen betaald aan de eigenaar van de onderneming, zijn echtgenoot of zijn minderjarige kinderen;
- rente over het door de eigenaar van de onderneming geïnvesteerde kapitaal;
- rente gebaseerd op de rekening-courant van de eigenaar van de onderneming, zijn echtgenoot, zijn minderjarige kinderen inclusief rente op alle vorderingen;
- alle boetes en belastingboetes, evenals vergoedingen die voortvloeien uit onwettige handelingen. Schadevergoedingen die zijn opgelopen als boeteclausules in contracten worden niet beschouwd als schadevergoedingen van punitieve aard;
- -% 0 procent van de advertentie-uitgaven voor alle soorten alcohol en alcoholische dranken, tabak en tabaksproducten (huidig tarief is verlaagd tot 0 procent door een regeringsbesluit).

Stap 4: Schrijf een bedrijfsplan

Zie hoofdstuk 11 van het Green Book.

Stap 5: Een zakelijke rekening openen

Het bedrijf moet potentiële fiscale identiteitsnummers voor niet-Turkse aandeelhouders en niet-Turkse bestuursleden van het bedrijf opvragen bij het relevante belastingkantoor. Dit potentiële fiscale identiteitsnummer is nodig om een bankrekening te openen om het kapitaal van de op te richten vennootschap te storten.

De door de belastingdienst vereiste documenten zijn als volgt:

Petitie waarin om registratie wordt verzocht

Statuten (één origineel)

Kopie van het huurcontract met het geregistreerde adres van het bedrijf

Als het proces zal worden gevolgd door een volmacht, moet een volmacht worden afgegeven waarin specifiek de bevoegdheid wordt getoond om namens het bedrijf op te treden voor de belastingdienst om een fiscaal identiteitsnummer of mogelijk fiscaal identiteitsnummer te verkrijgen.

Bankrekeningen

In de afgelopen jaren heeft de Turkse Republiek de processen om een bankrekening in Turkije te openen voor buitenlanders verlicht door middel van een aantal voorschriften om de investeringen te vergroten en het voor buitenlanders gemakkelijker te maken. Deze regelgeving stelt een buitenlander die naar Turkije is gekomen om te werken in staat om gemakkelijk geld naar zijn familie in het buitenland te sturen, ze zullen het dagelijks leven van een buitenlander gemakkelijker maken door te kunnen profiteren van bankprocessen en ze zullen ervoor zorgen dat de investeringen en financiële bedrijfsactiviteiten van buitenlanders aanzienlijk sneller worden gerealiseerd en nog veel meer voordelen. De openingsprocedures van een bankrekening voor buitenlanders variëren echter van bank tot bank. Hoewel het bij sommige banken niet lang duurt, kan het bij andere het tegenovergestelde zijn. Enkele grote Turkse banken zijn İş Bankası (Isbank), Yapı Kredi Bankası, TEB, QNB Finansbank, Halkbank, Vakıfbank, ING Bank, Akbank, Ziraat Bankası and Garanti Bankası.

Wat is de procedure?

Er zijn twee soorten het openen van een bankrekening voor buitenlandse staatsburgers in Turkije; de eerste is de procedure om een bankrekening voor personen te openen en de tweede is voor rekeningen op naam van een bedrijf.

De juridische procedures en principes om een buitenlandse burger in staat te stellen een bankrekening in Turkije te openen, worden hieronder opgesomd:

Allereerst moet de persoon die een bankrekening wil openen, een correspondentieadres bepalen.

Buitenlanders moeten een fiscaal nummer hebben om een bankrekening in Turkije te kunnen openen. De buitenlandse burger kan een potentieel belastingnummer krijgen door persoonlijk een staatsbelastingkantoor te bezoeken binnen een tijd die afhangt van de afstand van het kantoor.

Met het belastingnummer dat hij van de belastingdienst ontvangt, kan de buitenlander een bankrekening openen en bankprocessen realiseren.

Sommige banken vragen mogelijk om een gsm-nummer van hun klanten. De buitenlandse burger moet daarom een telefoonnummer aanschaffen bij een Turkse exploitant.

De juridische procedures en principes om een buitenlandse onderneming in staat te stellen een zakelijke bankrekening in Turkije te openen, worden hieronder opgesomd:

In tegenstelling tot persoonlijke bankrekeningen kunnen zakelijke rekeningen alleen worden geopend door een bestuurder die een tekenbevoegdheid bezit.

Een fiscaal nummer moet worden aangevraagd bij het belastingkantoor van het bedrijf. Het bedrijf waarvoor een bankrekening moet worden geopend, hoeft niet in Turkije te zijn gevestigd of financiële activiteiten te hebben in Turkije. Het is voldoende om een correspondentieadres te hebben.

Om een rekening te openen, doet de bevoegde bestuurder een aanvraag bij de bank, samen met het belastingnummer en alle documenten van het bedrijf die zijn vertaald en goedgekeurd door de notaris of het consulaat. Deze bedrijfsdocumenten zijn de belangrijkste; bedrijfsovereenkomst, handelskamer registratie, handelsregister, oprichtings- en activiteit documenten en indien beschikbaar licenties.

İşbank: het openen van een bankrekening bij İşbank is snel en gemakkelijk. Het is noodzakelijk om de onderstaande documenten te verzamelen en een aanvraag in te dienen bij het dichtstbijzijnde İşbank-filiaal.

Een geldig paspoort niet ouder dan 10 jaar of een geldige verblijfsvergunning (als beide niet beschikbaar zijn, en een officieel document dat is goedgekeurd door het Turkse ministerie van Financiën dat het nationale identiteitsbewijs valideert, wordt dit geaccepteerd)

Uw buitenlands identificatienummer of fiscaal identificatienummer

Bewijs (kopie van elektriciteits-, water-, aardgas- of telefoonrekening gericht op uw naam en van de laatste drie maanden) van uw geldige woonadres in Turkije of het afgedrukte adres op uw paspoort

Garantibank: Bezoek het kantoor om een wachtwoord voor Mobiel/Online Bankieren te krijgen om een rekening te kunnen openen.

Akbank: bezoek het filiaal om een bankrekening te openen of een wachtwoord voor internetbankieren te krijgen of bel de dienst voor expatbankieren van de Akbank.

Ziraat Bankası: Om een zichtrekening in vreemde valuta of een lopende rekening in Turkse lira te openen, kun je een aanvraag indienen bij onze kantoren of ons internetkantoor.

Stap 6: Milieubeschermingswetten en -regels en het aanvragen van vergunningen

De milieuwetgeving en de secundaire wetgeving regelen de bescherming van het milieu en bestraffen elke handeling die in strijd is met de regels van de wetgeving en die het milieu kan vervuilen. Het ministerie van Milieu en Verstedelijking treedt op als regelgevende instantie via de provinciale directies. Afhankelijk van de aard en het type activiteit kunnen investeerders worden verplicht om milieueffectrapporten en milieuvergunningen te verstrekken. Het niet naleven van de Turkse milieuwetgeving kan leiden tot het opleggen van bestuursrechtelijke bepalingen en burgerlijke en strafrechtelijke aansprakelijkheid

MILIEUVERGUNNINGEN EN BEOORDELINGEN

Milieuvergunningen en -beoordelingen vallen op grond van de milieuwetgeving onder de Regeling omgevingsvergunning en -vergunning en de Regeling milieueffectrapportage. Deze regelgeving introduceert een uitgebreid systeem van vergunningen en vergunningen die op grond van de milieuwetgeving moeten worden verkregen. 7.1.2 Milieueffectrapportage Afhankelijk van het risicoprofiel dat de activiteit van een entiteit ten aanzien van het milieu bezit, kan van een dergelijke entiteit worden verlangd dat zij een milieueffectrapport verstrekken. Voor grootschalige industriële investeringen is het bijna altijd verplicht om een rapport te verstrekken waarin wordt geanalyseerd of de investering aanzienlijke nadelige effecten op het milieu zou hebben. Het rapport zelf is niet voldoende om de goedkeuring van het Ministerie van Milieu en Verstedelijking te verkrijgen voor de uitvoering van het project. De toepasselijke wetgeving vereist ook openbare raadplegingsvergaderingen en beoordeling door een speciale onafhankelijke commissie voordat het ministerie van Milieu en Verstedelijking een besluit "Milieueffectbeoordeling bevestigend" of "Negatief milieueffectbeoordeling" kan uitvaardigen..

In het eerste geval kan de investeerder doorgaan met de investering, onder voorbehoud van het verkrijgen van andere noodzakelijke toestemmingen (indien van toepassing), terwijl de laatste elke toekomstige activiteit in verband met de investering beperkt. Bovendien kon voor de activiteiten die onderworpen zijn aan een milieueffectrapportage zonder de MEB-bevestigende beslissing, geen andere openbare procedure zoals aanbestedingen, stimulansen en goedkeuringen van plannen worden uitgevoerd. EIA gedraagt zich als een voorwaarde voor hele andere procedures

Milieuvergunningen

Investeerders zijn verplicht om ofwel een "Milieuvergunning" of een "Milieuvergunning en licentie" te verkrijgen, afhankelijk van de impact van hun activiteiten op het milieu. Het Ministerie van Milieu en Verstedelijking geeft een "Milieuvergunning" af in verband met luchtmissie, omgevingslawaai, diepzee lozing of lozing van gevaarlijk afval vanuit een faciliteit. Investeerders moeten een "Milieuvergunning en licentie" verkrijgen met betrekking tot de technische toereikendheid van de desbetreffende faciliteit. Elke vergunning en elke vergunning afgegeven onder de milieuwetgeving is 5 jaar geldig vanaf de datum van uitgifte en kan daarna worden verlengd met periodes van 5 jaar. Als algemene regel geldt dat entiteiten die actief zijn in de sectoren energie, mijnbouw, constructie en bouwmaterialen, metaal, chemicaliën, oppervlaktecoating, bosproducten, voedsel, landbouw en veeteelt, en afvalbeheer, moeten beschikken over een 'milieuvergunning' of een "Milieuvergunning en licentie", afhankelijk van hun productiecapaciteit en hun lozingseisen. Zelfs als een entiteit niet onderworpen is aan een vergunning op grond van de milieuwetgeving, moet ze hieraan voldoen tijdens het uitoefenen van activiteiten.

Andere milieuverplichtingen

Hoewel de meeste milieuverplichtingen worden gedekt door (i) Milieuwetgeving, (ii) Milieuvergunningen en -vergunningenverordening en (iii) Milieueffectbeoordelingsverordening, zijn andere (met name sectorspecifieke) milieuverplichtingen opgenomen in andere verordeningen. Entiteiten moeten ook voldoen aan andere milieuverplichtingen met betrekking tot het werkterrein, gespecificeerd in de verordening industriële luchtverontreiniging, verordening inzake beoordeling en beheer van omgevingslawaai, verordening bescherming van wetlands, afvalbeheerverordening, verordening olieafvalcontrole, verpakkingen

Afvalbeheersingsverordening, de verordening ter beperking van de gevolgen en ter voorkoming van ernstige industriële ongevallen, verordening stralingsveiligheid.

SANCTIES

De milieuwet introduceert een strikte aansprakelijkheidsregeling zonder schuld voor niet-naleving van de wet en vervuiling van het milieu. Vervuilers zijn aansprakelijk voor de schade die het gevolg is van hun handelingen, ongeacht de ernst van de fout. In het geval van een overtreding kan het beschuldigde bedrijf een redelijke termijn krijgen (niet langer dan 1 jaar) om de overtreding te verhelpen, hetgeen het mogelijk maakt sancties te treffen. Hoewel de meeste sancties bestaan in de vorm van een administratieve maatregel, kan het overtreden van de milieuwetgeving en de secundaire wetgeving ook leiden tot strafrechtelijke aansprakelijkheid voor de vervuiler. Voor 2019 kunnen de administratieve boetes wegens niet-naleving van de milieuwet en haar secundaire wetgeving oplopen tot 6.017.320 TRY, afhankelijk van de ernst van de inbreuk. Elk jaar wordt het van toepassing zijnde bestuursrecht verhoogd volgens een door de voorzitter bekendgemaakt tarief.

Stap 7: Privacy / bescherming van persoonlijke gegevens (een zakelijke website maken)

De Algemene Verordening Gegevensbescherming ("AVG") is in mei in werking getreden - zoals elk bedrijf in Europa weet. Turkije heeft vergelijkbare wetgeving, hoewel er enkele verschillen zijn. Bedrijven die zaken doen in Turkije, moeten weten hoe deze wetten in de praktijk werken.

De Turkse gegevensbeschermingswet/Turkish Data Protection Law ("DPL"), die in 2016 werd aangenomen, gaat vergezeld van andere voorschriften en communiqués, terwijl ontwerpversies van secundaire wetgeving zijn gepubliceerd door de toezichthoudende autoriteit van Turkije, de Raad voor de bescherming van persoonsgegevens/Personal Data Protection Board ("DPB"). Door deze wijzigingen moeten gegevensbeheerders voldoen aan meerdere verplichtingen bij het omgaan met persoonlijke gegevens, terwijl de wetgeving ook van invloed is op elke werknemer, waardoor het belangrijk is voor bedrijven die in Turkije actief zijn om de gevolgen van nalatigheid te begrijpen..

Bij het onderzoeken van de verschillen tussen DPL en AVG, is het belangrijkste punt hoe deze van invloed zijn op bedrijven die in Turkije actief zijn. Afkomstig uit EU-richtlijn 95/46 / EG, biedt DPL verschillende toevoegingen en herzieningen. Hoewel het bijna allemaal dezelfde principes voor eerlijke informatie bevat, staat DPL geen interpretatie van "compatibele doeleinden" toe, terwijl verdere verwerking ten strengste verboden is. Als gegevens worden verzameld voor een doel waarvoor de betrokkene toestemming heeft gegeven, kan de verantwoordelijke deze voor een ander doel gebruiken, mits aanvullende specifieke toestemming wordt gegeven, of als verdere verwerking nodig is voor wat als gerechtvaardigde belangen worden beschouwd.

Gronden voor verwerking onder DPL zijn vergelijkbaar met die welke van toepassing zijn op AVG, behalve dat expliciete toestemming vereist is wanneer gevoelige en niet-gevoelige persoonsgegevens worden verwerkt - een veel tijdrovender proces. Op het eerste gezicht zou een dergelijke lastige verplichting DPL een hoger niveau van gegevensbescherming moeten bieden dan de AVG. De definitie van expliciete toestemming van de DPL moet echter worden vergeleken met de reguliere toestemming van de AVG. Beide vereisen "vrij gegeven, specifieke en geïnformeerde toestemming", maar de AVG bepaalt ook dat er een "ondubbelzinnige indicatie moet zijn van de wensen van de betrokkene waarmee hij of zij, door een verklaring of door een

duidelijke bevestigende handeling, akkoord gaat met de verwerking van persoonlijke gegevens die op hem of haar betrekking hebben.”

Onder DPL is de grensoverschrijdende doorgifte van persoonsgegevens naar een derde land eveneens lastig: het land van bestemming moet voldoende beschermd zijn, volgens criteria die door de DPB zijn bepaald. Als alternatief moeten partijen zich committeren om voldoende bescherming te bieden die voldoet aan de goedkeuring van DPB. Maar DPL omvat ook het volgende: "In gevallen waarin de belangen van Turkije of de betrokkene ernstig worden geschaad, zullen persoonlijke gegevens alleen naar het buitenland worden overgedragen na goedkeuring van de Raad na het inwinnen van de mening van relevante openbare instellingen en organisaties." Dit verplicht verwerkingsverantwoordelijken om te beoordelen of een doorgifte mogelijk ernstige schade zou kunnen berokkenen, en als dat het geval is, hebben ze de goedkeuring van de DPB nodig. Het is echter onduidelijk hoe dergelijke belangen moeten worden bepaald.

AVG vereist dat verwerkingsverantwoordelijken interne dossiers bijhouden, hoewel er geen algemene vereiste is om zich te registreren bij de gegevensbeschermingsautoriteiten, terwijl DPL een hybride oplossing biedt, die registratie- en archiveringsvereisten combineert: een registratiemechanisme dat verwerkingsverantwoordelijken verplicht zich te registreren bij een verwerkingsverantwoordelijke ' register. Het ontwerp-DPB-verordening vereist dat ze hun inventaris van de verwerking van persoonsgegevens en het beleid voor het bewaren en vernietigen van persoonsgegevens aan de DPB overhandigen voordat ze hun registratie voltooien. Voor elk bedrijf dat onderhevig is aan zowel DPL als AVG, is de beste manier om dubbele nalevingsinspanningen te voorkomen het formuleren van een flexibel nalevingsmodel dat voldoet aan de eisen van regelgevende autoriteiten in meerdere rechtsgebieden.

Stap 8: Verzekering

Het socialezekerheidsstelsel in Turkije is overwegend vergelijkbaar met het Bismarck-model, een van de vier basisverzekeringssystemen: Continentaal Model (Bismarck), Liberalistisch Model (Beveridge), Noord-Europees Model en Middellandse Model. Het Bismarck-model verwijst naar een systeem waarbij de premies die worden betaald over het loon van werknemers op basis van hun verzekeringsstatus, worden verzameld in een gemeenschappelijke pool en de uitkeringen worden verstrekt op basis van de betaalde premies, alleen wanneer er recht op ouderdomspensioen is. Het bedrag van de uitkeringen die aan de verzekerden worden toegekend in geval van pensionering, ongeval en ziekte hangt af van het inkomen dat ze voorheen hadden. De belangrijkste actoren in dit systeem zijn werknemers, werkgevers en vertegenwoordigers in de publieke sector. Dit systeem heeft meer regelgevende maatregelen op de arbeidsmarkt dan een liberalistisch systeem, wat de flexibiliteit van de arbeidsmarkt belemmert. Tegelijkertijd zijn er strikte regels en mechanismen voor collectieve onderhandelingen naar voren gekomen.

Het Turkse socialezekerheidsstelsel heeft ook enkele elementen van het mediterrane model en het Bismarck-model. Het mediterrane model is afgeleid van het continentale model en vertoont gelijkenis met dit model in die zin dat de betaalde sociale verzekeringspremies een basis vormen voor toekomstige sociale uitkeringen. Een ander aspect van het mediterrane model dat vergelijkbaar is met het Turkse model, is de omvang van de informele economie. Om deze reden dekt het systeem niet veel mensen; sociale risico's worden echter geprobeerd uit te sluiten door middel van familiebanden. Dit model heeft de concepten van de traditionele gezins- en agrarische samenleving op de voorgrond geplaatst; dus mensen worden ondersteund door hun

families zonder te overwegen of de staat al dan niet uitkeringen verstrekt in geval van verlies inkomstenderving of sociale risico's.

Door deze hervorming is een aantal structurele wijzigingen aangebracht in het Turkse socialezekerheidsstelsel. Er is een overgang gerealiseerd van het systeem dat verschillende rechten geeft aan verschillende beroepsgroepen naar het systeem dat de eenheid van standaarden en normen op het gebied van pensioenverzekeringen waarborgt. Met als doel de duurzaamheid van het systeem te waarborgen, hebben deze structurele veranderingen niet geleid tot afwijking van het mediterrane model-continentale model.

Hervorming van de sociale zekerheid

Sinds de jaren negentig doen zich een aantal financiële problemen voor in het Turkse socialezekerheidsstelsel als gevolg van verschillende redenen, zoals de invoering van vervroegde uittreding, hoge percentages niet-geregistreerde arbeid, inkomensvervanging, lage premie-inningen en inkomsten waarvoor premies zijn betaald. Dit systeem omvat niet de hele bevolking en biedt onvoldoende waarborgen tegen armoede. Het op niet-systematische wijze verlenen van diensten door verschillende socialezekerheidsinstellingen belemmert de eenheid van normen inzake rechten en plichten van werknemers. Het werd verplicht om hervormingen door te voeren in het socialezekerheidsstelsel als gevolg van al deze problemen en de vergrijzing van de bevolking, wat een van de belangrijkste factoren is die de financiële houdbaarheid van het systeem beïnvloeden.

Met het oog op de herstructurering van het socialezekerheidsstelsel werd in 2008 een hervorming doorgevoerd toen wet nr. 5510 in werking trad om oplossingen te zoeken voor de prominente problemen, zoals het bestaan van een toenemend tekort van het systeem en verschillende implementaties die de instellingen hadden in het verstrekken van gezondheids- en verzekeringsdiensten.

Het primaire doel van de hervorming van de sociale zekerheid is het creëren van een rechtvaardig, gemakkelijk toegankelijk en financieel duurzaam socialezekerheidsstelsel dat een effectievere bescherming tegen armoede biedt.

De hervorming van de sociale zekerheid bestaat uit 4 complementaire componenten:

Universele ziektekostenverzekering die rechtvaardige, beschermende en kwaliteitsvolle gezondheidszorg biedt voor de hele bevolking,

Een hulpsysteem dat alle hulpbehoevenden in staat stelt toegang te krijgen tot de diensten met een combinatie van niet op premie- of bijdragebetaling berustende betalingen en ongeorganiseerde sociale uitkeringen,

Een enkel pensioenregime met inbegrip van takken van verzekeringen op korte en lange termijn, afgezien van ziektekostenverzekeringen,

Een nieuwe institutionele structuur die het dagelijks leven van onze burgers vergemakkelijkt door middel van moderne en efficiënte diensten.

De hervorming van de sociale zekerheid omvat met name de regelgeving met betrekking tot de verbetering van het pensioenstelsel en de uitgaven. Vanuit dit oogpunt is er een reeks wijzigingen aangebracht in het vervangingspercentage voor pensioenen, de actualiseringscoëfficiënt, het aantal betaalde premiedagen en leeftijdsparemeters en is een overgangperiode voorzien. Aangezien de vorige regels worden gevolgd tot de voltooiing van de overgangperiode, kan het effect van deze parametrische veranderingen op het tekort op de sociale zekerheid op korte termijn pas in de jaren 2040 worden waargenomen..

De hervormingen die tot nu toe zijn doorgevoerd, zijn gericht op het vergroten van de dienstverlening voor verzekerden en het wegwerken van gebreken in het socialezekerheidsstelsel. In dit kader zijn er diverse regelingen getroffen op het gebied van zowel ziektekosten als pensioen, zodat verzekerden op de kortst mogelijke tijd diensten kunnen ontvangen. Er zijn een aantal implementaties in de praktijk gebracht om de toegang van verzekernemers tot ziekenhuisdiensten te vergemakkelijken en de relevante procedure die lang wachten vereist, is opgestart om het via internet te doen.

Het primaire doel van een mensgericht systeem is het verlenen van diensten op lokaal niveau. Om deze reden is het systeem waarbij diensten vanuit het centrum werden verleend opgeheven en zijn in veel districten centra voor sociale zekerheid gebouwd om verzekernemers op lokaal niveau in staat te stellen gemakkelijk diensten te ontvangen.

Financiering van sociale zekerheid

Sociale zekerheid wordt over het algemeen gefinancierd door premies of bijdragen die worden geïnd bij werknemers, werkgevers en de staat over de hele wereld.

Er zijn twee manieren om het socialezekerheidsstelsel te financieren:

Kapitalisatie- of spaarmethode (fondsbeheer)

Pay as you go (toewijzings) methode

De pay-as-you-go-methode wordt gebruikt voor de financiering van het socialezekerheidsstelsel in Turkije. Onder het Turkse socialezekerheidsstelsel worden premies geïnd voor lange en korte termijn verzekeringen; werkloosheidsverzekering en universele ziektekostenverzekering. Om de effecten van vervroegde uittreding op de nationale economie te verminderen, wordt er socialezekerheidspremie geïnd van gepensioneerden die na hun pensionering doorwerken.

De volgende tabel geeft een overzicht van de verzekeringsbranches en het premietarief dat in deze branches wordt betaald:

Personen die premies betalen

Personen die premies betalen, variëren afhankelijk van de status van verzekerden:

De premies voor langetermijn- en kortetermijnverzekeringen, universele ziektekostenverzekeringen en werkloosheidsverzekeringen van de personen die met een dienstcontract (werknemers) werken, worden door hun werkgevers aan de socialezekerheidsinstelling betaald door aftrek van het bedrag dat gelijk is aan de premie die over het totale inkomen is geïnd van het loon van de werknemers en het optellen van het door de werkgevers te betalen premiebedrag.

De premies voor langetermijn- en kortetermijnverzekeringen en universele ziektekostenverzekeringen van de personen die voor eigen naam en rekening werken (werkgevers) moeten door henzelf aan de socialezekerheidsinstelling worden betaald.

De premies voor de langetermijnverzekering en de universele ziektekostenverzekering van ambtenaren worden betaald aan de socialezekerheidsinstelling door de openbare instelling waar ze werken door het bedrag dat gelijk is aan de premie die over het totale inkomen wordt geïnd, af te trekken van het salaris van de ambtenaar en het bedrag toe te voegen van door de instelling te betalen premie.

De premies voor de langetermijnverzekering en de universele ziektekostenverzekering van optionele verzekerden worden door henzelf aan de socialezekerheidsinstelling betaald.

Stap 9: Human Resources Management

Volgens de Turkse wet is de arbeidswetgeving van toepassing op bijna alle werknemers, ongeacht de grootte van de werkgever waarvoor ze werken. Het belangrijkste stuk arbeidswetgeving in Turkije is de arbeidswet. Andere belangrijke stukken wetgeving met betrekking tot arbeidsaangelegenheden zijn de volgende: (i) de bepalingen van artikel 14 van wet nr. 1475 die de ontslagvergoedingen regelen, (ii) de arbeidsgezondheids- en veiligheidswet, en (iii) de vakbond en collectief Onderhandelingsovereenkomsten. Bovendien bevat de Turkse Code of Obligation een hoofdstuk over arbeidsovereenkomsten, dat van toepassing zal zijn in gevallen waarin de bovengenoemde wetgeving de kwestie niet behandelt.

WERKOVEREENKOMST

Arbeidsovereenkomsten worden anders behandeld dan andere particuliere overeenkomsten naar Turks recht. Het belangrijkste doel van arbeidsovereenkomsten is de werknemer te beschermen en een sociaal evenwicht tussen werknemer en werkgever te behouden. Om ervoor te zorgen dat deze doelstellingen worden bereikt, zijn de wettelijke rechten en voordelen toegekend aan werknemers onder de arbeidswetgeving verplicht en kunnen ze niet contractueel worden uitgesloten of gewijzigd ten nadele van de werknemer. Contractuele regelingen die de wettelijke rechten en voordelen van werknemers onder de arbeidswet versterken, zijn echter toegestaan. Het is verplicht om een schriftelijke overeenkomst uit te voeren als de arbeidsrelatie een of meer jaren duurt. Behalve wanneer een overeenkomst niet is uitgevoerd, moet de werkgever uiterlijk twee maanden na aanvang van het dienstverband een schriftelijk document verstrekken met algemene en bijzondere voorwaarden met betrekking tot arbeidsomstandigheden, dagelijkse of wekelijkse werktijden, loon en aanvullende salarissen, betalingsvoorwaarden, en bepalingen die zowel de werkgever als de werknemer dienen na te komen bij beëindiging van de overeenkomst. Anders kan aan de werkgever een geldboete worden opgelegd voor elke werknemer die zonder schriftelijke overeenkomst werkt. Als arbeidsovereenkomsten niet op schrift zijn gesteld, zijn ze nog steeds geldig; de werknemer kan echter te allen tijde van de werkgever een document verlangen dat is voorzien van zijn handtekening en waarop de algemene en eventuele bijzondere arbeidsvoorwaarden staan vermeld.

Definitie - Arbeidsovereenkomsten voor onbepaalde tijd

Volgens de Turkse wet kunnen arbeidsovereenkomsten worden gemaakt voor bepaalde of onbepaalde tijd. Een arbeidsovereenkomst tussen werkgever en werknemer wordt geacht voor bepaalde tijd te zijn aangegaan indien deze schriftelijk is aangegaan en aan een van de volgende voorwaarden is voldaan: (i) indien deze is aangegaan voor bepaalde tijd, (ii) indien termijn afhangt van een objectieve voorwaarde zoals voltooiing van een bepaalde taak, of (iii) als de duur ervan afhankelijk is van de voltooiing van een bepaald doel. Een arbeidsovereenkomst voor bepaalde tijd kan niet meer dan één keer worden verlengd, behalve wanneer er een wezenlijke reden is die verlenging rechtvaardigt. Voldoet een arbeidsovereenkomst niet aan bovenstaande voorwaarden, dan wordt deze aangemerkt als een arbeidsovereenkomst voor onbepaalde tijd.

4.2.2 Parttime - Fulltime arbeidsovereenkomsten daarin kan worden bepaald of een werknemer deeltijds of voltijds werkt. Indien de wekelijkse arbeidsduur van de werknemer aanzienlijk lager is dan die van een voltijdwerknemer, wordt de arbeidsovereenkomst aangemerkt als een deeltijdse arbeidsovereenkomst. Een deeltijd dienstverband kan voor onbepaalde tijd of voor

bepaalde tijd zijn als aan de arbeidsvoorwaarden voor bepaalde tijd zoals genoemd in het bovenstaande lid is voldaan.

Stap 10: Patenten and Brands

Het Turkse patent-instituut biedt effectieve bescherming en wijdverbreid gebruik van industriële eigendomsrechten, zodat de Turkse industrie en technologie een leidende rol spelen in de wereldwijde concurrentie. Het streeft ernaar een toonaangevende instelling te zijn in de wereld van industrieel eigendom.

Missie

- * Om een effectieve bescherming te bieden van patenten, handelsmerken, industriële ontwerpen en andere industriële eigendomsrechten.
- * Bijdragen aan de ontwikkeling van de Turkse economie en technologie door creativiteit en innovatie aan te moedigen.
- * Om het bewustzijn en de kennis van industriële eigendomsrechten in het hele land te verspreiden en samen te werken met de gerelateerde sectoren.
- * Het bieden van een klantgerichte, tijdige en hoogwaardige service om een effectief industrieel eigendomsstelsel te vormen door de juridische, technische en menselijke infrastructuur te versterken.
- * Turkije vertegenwoordigen op internationale platforms en de samenwerking versterken voor de bescherming van de belangen en de ontwikkeling van de Turkse economie.

Normaal gesproken moeten nationale patentaanvragen in het Turks worden ingediend en moet een vertaling daarvan (Engels, Duits of Frans), afhankelijk van de zoekende autoriteit, worden verstrekt bij het aanvragen van de zoekopdracht. Een nationale patentaanvraag mag echter ook in het Engels, Duits of Frans worden ingediend, op voorwaarde dat een extra vergoeding wordt betaald voor het binnen een maand leveren van de vertaling in het Turks.

Vereisten voor een nationale patentaanvraag in Turkije

Aanvragers moeten de volgende items aanleveren om te voldoen aan de basisvereisten die de wet voorschrijft:

- Verzoek van indiening van het aanvragen van subsidie voor een nationale aanvraag,
- een beschrijving van de uitvinding,
- een of meer claims,
- eventuele tekeningen waarnaar wordt verwezen in de beschrijving of conclusies,
- een samenvatting,
- betaling van de officiële vergoedingen.

Onderzoeksfase

Officiële vergoeding: Officiële vergoeding van de bevoegde beoordelingsinstantie.

Als de aanvrager een beoordelingsinstantie selecteert die ook voor dezelfde aanvraag handelde als de onderzoekende instantie, gelden speciale kortingen. Beoordelings- en onderzoekende instanties hoeven echter niet noodzakelijk dezelfde te zijn.

Het Turkse Patentbureau past een “beoordelingscyclus” toe als het eerste beoordelingsrapport een negatief advies bevat. Aanvrager wordt vervolgens uitgenodigd om te reageren op het eerste beoordelingsverslag en moet opnieuw een vergoeding betalen (tweede cyclus). Bevat het tweede beoordelingsrapport nog een negatief oordeel over de patenteerbaarheid, dan wordt een derde kans, eigenlijk de laatste kans, gegeven om de bezwaren in het negatieve rapport weg te nemen waarbij aanvrager opnieuw een vergoeding moet betalen (derde cyclus). Als in het derde beoordelingsrapport geen enkele claim wordt toegelaten, wordt de aanvraag uiteindelijk afgewezen. Als in de onderzoekbeoordelingsrapporten wordt verwezen naar ten minste één claim als patenteerbaar, kan de aanvraag overgaan tot toekenning op basis van de toegestane claim (s).

Zodra de aanvraag door de TPI aanvaardbaar is bevonden, wordt de aanvrager verzocht de bovengenoemde subsidievergoeding te betalen om tot toekenning over te gaan en deze in het officiële bulletin te publiceren. Turkse patentaanvragen zijn onderhevig aan vernieuwingstaxen vanaf het tweede en elk daaropvolgend jaar, berekend vanaf de datum van indiening van de aanvraag. Een vernieuwingstax is verschuldigd op dezelfde dag van de maand van het jaar van de indiening van de nationale patentaanvraag. Doet de aanvrager dit niet, dan kan de verlenging alsnog binnen een extra termijn van zes maanden met toeslag worden betaald.

Het niet betalen van de verlengingskosten binnen de extra 6 maanden leidt tot verlies van rechten, wat alleen kan worden verholpen met een verzoek om herstel van rechten. TPI past strikt het criterium “alle zorgvuldigheid” toe, dusdanig dat de reden voor het falen werd veroorzaakt door onvoorziene redenen en de aanvrager er alles aan heeft gedaan om geen verlies van rechten te veroorzaken.

In beroep gaan

Normaal gesproken kunnen beslissingen van de TPI onder de aandacht worden gebracht van de raad van heronderzoek en evaluatie (Board of Re-examination and Evaluation) die optreedt als een soort bestuur van beroep. Beslissingen die betrekking hebben op inhoudelijke zaken zoals patenteerbaarheid, wijken in het algemeen echter niet af van de bevindingen uit de beoordelingsrapporten. Daarom beoordeelt deze Raad vooral procedurele zaken, zoals of er ooit een procedurele overtreding heeft plaatsgevonden in de verleningsprocedure. Tegen beslissingen van dit college kan beroep worden aangetekend bij de gespecialiseerde IE-rechtbanken in Ankara.

Opposities / opmerkingen van derden

Het huidige patentrecht staat geen opposities toe na verlening van de verleende patenten in Turkije. Evenals een procedure na de toekenning mogen derden alleen doorgaan met het indienen van een rechtszaak met het verzoek om nietigheid van het betrokken patent bij de bevoegde rechtbanken.

Waarnemingen van derden zijn echter alleen toegestaan op bepaalde punten van de toekenningsprocedure. Daarom hebben waarnemingen die op andere tijdstippen van de procedure zijn ingediend helemaal geen effect.

Het eerste punt is dat waarnemingen binnen zes maanden na publicatie van het beoordelingsverslag in het officiële bulletin kunnen worden ingediend. Dit zou geen wezenlijk effect hebben als de beoordelingen niet in twee talen worden ingediend (d.w.z. Turks en de taal van de bevoegde beoordelingsinstantie) simpelweg omdat de buitenlandse beoordelingsinstantie de aanmerkingen moet kunnen interpreteren. Aanmerkingen kunnen door de aanvrager in overweging worden genomen en kunnen worden beschouwd als een

waarschuwing die de aanvrager ertoe aanzet om de reikwijdte van de claims te beperken of zelfs de aanvraag in te trekken, afhankelijk van de relevantie van de geciteerde stand van de techniek.

De aanvrager heeft echter ook de kans om de aanmerkingen te negeren en een niet-onderzocht patent aan te vragen. Dit verzoek wordt gepubliceerd in het officiële bulletin en geeft derden de kans om de aanvraag te onderzoeken en samen met dit verzoek om hun aanmerkingen in twee talen in te dienen (d.w.z. Turks en de taal van de bevoegde beoordelingsinstantie). Zoals opgemerkt, wordt het beoordelingsverzoek gedaan door de derde partijen en daarom moeten de relevante vergoedingen door hen worden betaald. Houd er rekening mee dat er geen andere mogelijkheid is om aanmerkingen in te dienen in volgende fasen, zoals in de beoordelingsprocedure.

Hoofdstuk 18 YME Tips en Trucs

Zoals de beroemde Henry Ford zei: "Of je nu denkt dat je het kunt of denkt dat je het niet kunt, je hebt gelijk." Geloof dat je kunt slagen, en je zult manieren vinden om door verschillende obstakels heen te komen. Als je dat niet doet, vindt je alleen excuses. Ryan Allis, mede-oprichter van iContact, wees erop dat als je elke dag het einde in gedachten hebt, je er naar toe werkt. Stel doelen en herinner jezelf er elke dag aan.

Succesvol zijn betekent vaak leren van degenen die hun doelen al hebben bereikt. Het hebben van een mentor is een geweldige zegen voor een ondernemer, maar niet iedereen kan er een vinden. Als je jouw persoonlijke bedrijfscoach nog niet hebt gevonden, vindt je hier tips en trucs voor jonge ondernemers om je op weg te helpen. De YME-projectpartners hebben met veel jonge migrantenondernemers gewerkt en we hebben hen ook gevraagd om Tips & Tricks te produceren door middel van animatie. Dit product wordt gemaakt door jonge migrantenondernemers met jonge migrantenondernemers voor jonge migrantenondernemers.

'Het opzetten van een succesvol bedrijf gaat niet alleen over het doorvoeren van een idee tot het moment dat het een start-up wordt'

'Als het gemakkelijk was, zou iedereen het doen'

Tien tips en trucs voor jonge ondernemers

1. Daag jezelf uit

Je moet jezelf elke dag pushen en nieuwe dingen leren. Leven in je comfortzone helpt je niet om innovatief te zijn. Richard Branson zegt dat zijn grootste motivatie is om zichzelf te blijven uitdagen. Hij behandelt het leven als een lange universitaire opleiding, waar hij elke dag meer kan leren. Jij kan dat ook!

2. Blijf trouw aan jezelf

Start geen bedrijf alleen omdat het veel winst oplevert. Om tevreden te zijn in het leven, moet je dingen doen waar je een passie voor hebt. Het lijkt geen twijfel dat het runnen van een bedrijf veel tijd kost. Steve Jobs merkte op dat de enige manier om tevreden te zijn in je leven, is door werk te doen waarin je echt gelooft. Van je hobby een bedrijf maken, klinkt niet zo slecht, toch?

3. Neem risico's

Net als jezelf uitdagen, moet je ook weloverwogen risico's nemen. Om succesvol te zijn, moet je rekenen en risicovolle beslissingen nemen. We weten nooit de uitkomst van onze inspanningen, tenzij we het daadwerkelijk doen. Jeff Bezos zei dat het hielp te weten dat hij geen spijt zou

krijgen van een mislukking, maar dat hij er wel spijt van zou hebben dat hij het niet had geprobeerd.

4. Heb een visie van wat je wilt

Heb een duidelijke visie van wat je wilt bereiken, zodat je het kunt volgen. Maar wees voorbereid op het maken van plotselinge veranderingen tijdens de reis, want de dingen gaan nooit precies zoals gepland. De oprichter en CEO van Tumblr, David Karp, merkt op dat een ondernemer iemand is met een visie voor iets en de wens om het te creëren. Houd je visie op elk moment helder.

5. Vind de juiste mensen

Je moet mensen vinden die je inspireren, mensen die dezelfde maar niet noodzakelijkerwijs dezelfde visie delen als jij. Dat houdt je gemotiveerd en helpt je ook bij je creatieve proces. Met wie je bent, is wie je wordt. Reid Hoffman, mede-oprichter van LinkedIn, merkte op dat de snelste manier om jezelf te veranderen, is door om te gaan met mensen die al zijn zoals je wilt zijn.

6. Onderneem actie

Je hebt misschien het beste idee, maar als je er geen werk in steekt, zal het nooit uitkomen. En een niet zo goed idee dat werkelijkheid is geworden, is beter dan een briljant idee dat gewoon in je hoofd blijft hangen. De wereld zit vol met geweldige ideeën, maar succes komt alleen door actie. Walt Disney zei ooit dat de gemakkelijkste manier om te beginnen, is om te stoppen met praten en te beginnen. Dat geldt ook voor jouw succes.

7. Wees volhardend

Het zal nooit soepel gaan, maar je moet gemotiveerd blijven en vooruitgaan. Als het de eerste keer niet lukt, leer dan van je fouten en probeer een andere aanpak. Niemand slaagt onmiddellijk en iedereen was ooit een beginner. Zoals Steve Jobs wijselijk opmerkte: "Als je goed kijkt, duurden de meeste successen van de ene op de andere dag lang." Wees niet bang om tijd in jouw bedrijf te investeren.

8. Doe onderzoek

Voordat je jouw eigen bedrijf start, moet je grondig onderzoek doen naar de markttak en vooral naar de juridische en ethische kwesties die je moet volgen. Tony Hsieh, de oprichter van Zappos, zei ooit: "Speel geen games die je niet begrijpt, zelfs niet als je ziet dat veel andere mensen er geld mee verdienen." Echt begrip van je branche is de sleutel tot succes.

9. Besteed je geld verstandig

Als startende onderneming zal de winst waarschijnlijk niet meteen komen. Je moet leren hoe je jouw financiën kunt beheren en waar je het geld aan uitgeeft. Onthoud dat het huren van een chique kantoor niet betekent dat je het beter gaat doen. Wees voorzichtig en besteed het verstandig. Het is gemakkelijk om te veel uit te geven aan dwaze dingen en te snel zonder kapitaal te komen.

10. Luister naar je klanten

Houd rekening met de feedback die je van klanten krijgt en verbeter jouw dienstverlening dienovereenkomstig. We leven in een snel veranderende wereld, dus veranderingen zijn noodzakelijk om op de hoogte te blijven van de markt. Dave Thomas, de oprichter van Wendy's, noemde het kennen van jouw klant een van zijn drie sleutels tot succes. Ken degenen die je bedient beter dan wie dan ook en je zult de oplossingen kunnen bieden die ze nodig hebben.

Succesvolle jonge ondernemers met een migratie achtergrond

Een studie uit 2016 van de Global Entrepreneurship Monitor (GEM) wees uit dat immigranten veel meer ondernemend zijn dan mensen die in het VK zijn geboren en opgegroeid... drie keer zo veel zelfs. Bovendien meldt een nieuwe analyse van Zirra dat van de top 10 in het VK (met een waarde van \$ 1 miljard of meer), zoals Shazam en Funding Circle, er in negen van de tien bedrijven ten minste één immigrant of een kind van de eerste generatie immigranten tot het oprichtende team behoort.

Studies en analyses terzijde, de eigen verslaggeving van Startups.co.uk laat zien dat er een groot aantal ongelooflijk inspirerende immigranten is die naar het VK zijn verhuisd om bedrijven op te zetten en op te bouwen die economische groei hebben gestimuleerd en banen hebben gecreëerd.

In voorgaande jaren hebben we het succes gevolgd van zakenmagnaten zoals de locoburgemeester van Londen Rajesh Agrawal, de Indiase immigrant die in 2005 £ 1,3 miljard deviezenbedrijf RationalFX oprichtte, samen met de in Australië geboren Alicia Navarro en haar internationale, miljoenenponds gelieerde onderneming, marketingbureau Skimlinks.

Maar hoe zit het met de oprichters van start-ups?

Vorige maand hebben we London Junk-oprichter Harsha Rathnayake geprofileerd en zijn opwindende verhaal gedeeld over zijn komst naar het VK toen hij 18 was en geen Engels kon spreken. Hij zou vloeiend Engels leren - autodidact - en, met slechts £ 160 van zijn spaargeld, een bedrijf starten dat nu 10 mensen in dienst heeft en op schema ligt om een omzet van £ 1 miljoen te behalen.

Het aandeel ondernemers dat niet in Nederland geboren is, is vorig jaar met een procentpunt gestegen tot 16 procent. Dat is een op de zes. Bijna een kwart van de starters is niet in Nederland geboren. De meesten hebben een bedrijf in de horeca, logistiek en bouw. In de provincies Noord- en Zuid-Holland en Flevoland zijn veel startende migrantenondernemers gevestigd.

Uit cijfers van de Kamer van Koophandel over 2015 blijkt dat een op de vijf starters niet in Nederland is geboren. Opvallende stijgers: ondernemers uit Syrië en Irak. Immigrantenondernemerschap kan Nederland geen kwaad. Uit het rapport The Economic Value of Ethnic Entrepreneurship blijkt dat er meer dan 600.000 mensen werken in de bedrijven van deze vermeende ondernemers. De bruto toegevoegde waarde van deze bedrijven bedraagt ruim 37 miljard euro.

Voorbeeld van een succesvolle jonge Nederlandse ondernemer is de iFly Magazine-video over Omar Munie (**bron:**<https://youtu.be/2CObE2fnClQ>) die op negenjarige leeftijd met zijn broers uit Somalië naar Nederland vluchtte. Nu, 18 jaar later, is hij een van de meest populaire tassenontwerpers van Nederland en worden zijn handgemaakte producten over de hele wereld verkocht. Een van de nieuwste projecten van Omar betreft een samenwerking met KLM, waarbij een serie tassen in beperkte oplage wordt ontworpen, gemaakt van voormalige KLM-uniformen.

Een andere succesvolle ondernemer is Hien Kieu. De directeur van Kieu Engineering uit Sprang-Capelle vertelt hoe hij met het spaargeld van zijn ouders als veertienjarige jongen Vietnam verliet in een boot. Hoe hij als een van de weinige immigranten in een Brabantse dorp terecht kwam. Naar de Lts ging zonder zelfs maar een woord Nederlands te spreken. En hoe een leraar op die school in hem geloofde. 'Ik zal het nooit vergeten. Hij vroeg de klas: Weet je wie een ingenieur zal worden? Dat is hij. Die kleine Hien.' De leraar had gelijk. En na de Lts, mts en hts begon 'die kleine Hien' in 1998 voor zichzelf met Kieu Engineering. Dit is inmiddels uitgegroeid tot een groot bedrijf met zeventig medewerkers in Nederland en Vietnam, gespecialiseerd in productontwikkeling voor machinebouw. Met opdrachtgevers als Nedtrain, Tata Steel en Philips. Toen hij meer dan tien jaar geleden zijn bijkantoor in Vietnam opende, was dat pionieren. "Dit was iets heel nieuws. We besteden de productie niet uit, maar het arbeidsintensieve CAD-tekenwerk. Niet alleen voor onszelf, maar ook voor onze klanten." Het was een sprong in het diepe, maar nu begint het zijn vruchten af te werpen, zegt Kieu. "De kennis blijft in Nederland. Zo krijgen onze klanten meer tijd voor innovatie, wat goed is voor bijvoorbeeld Nederland. "

Tien tips en tricks, hoe word je een ondernemer?

1. Je bedrijfsidee moet worden gevoed door passie

Je passie voor je start-up zou bovenaan de lijst moeten staan. Je moet jouw idee evalueren en kijken of jouw interesse in dit bedrijf sterk genoeg is om eraan vast te houden. Waarom is dit belangrijk? Omdat er ups en downs zullen zijn en je passie de enige factor is die je de vastberadenheid zal geven om door te gaan.

2. Je bedrijfsidee moet een oplossing zijn.

Creëer een bedrijf dat een probleem oplost. Begin jouw idee niet met denken aan voordelen, je moet nadenken over wat jouw bedrijf zal oplossen. Het is gemakkelijker om klanten te werven wanneer jouw bedrijf een probleem oplost. Je bedrijf moet een gat in een bepaalde markt of niche opvullen. Denk na over wat je ongelukkig maakt of welk product/dienst je nog steeds denkt te missen om een bepaalde behoefte te vervullen en start een bedrijf dat een oplossing biedt voor een van jouw problemen/behoeften.

3. Je moet jouw doelmarkt identificeren en begrijpen.

De essentiële factor bij het starten van een bedrijf, de sleutel tot succes, is iets hebben dat jou onderscheidt van je concurrentie, van wat er al op de markt aanwezig is. Jouw succes of mislukking wordt grotendeels bepaald door je vermogen om iets unieks aan te bieden. Uitgebreide marktonderzoeksstudies in samenwerking met een weloverwogen beleid om

rekening te houden met feedback van klanten zijn essentieel bij het vormen van zakelijke beslissingen op basis van bruikbare inzichten. Een goed marktonderzoek kan aanzienlijke concurrentievoordelen opleveren. Een belangrijk onderdeel van marktonderzoek is het kennen van de demografische gegevens van je klanten, hun interesses, verdienvermogen, bestedingspatroon, enz. Feedback van klanten is ook erg belangrijk, je moet luisteren naar wat klanten te zeggen hebben over jouw producten/diensten, omdat ze jou essentiële informatie kunnen bieden voor je interne onderzoeks- en ontwikkelingsprocessen voor producten/diensten.

4. Je moet een goed gestructureerd bedrijfsplan opstellen.

Jouw bedrijfsplan moet beknopt en specifiek zijn en moet je bedrijfsproject nauwkeurig omschrijven. Het wordt aanbevolen om het zelf te schrijven, aangezien het jouw visie is. Als je hulp nodig hebt, probeer dan een consulent te bereiken. Je moet er rekening mee houden dat een bedrijfsplan meer is dan een boekhoudkundig document, dit document moet jouw idee verkopen aan een potentiële financiële instelling. Wees voorbereid om jouw plan te veranderen naarmate je vordert en meer te weten komt over jouw klanten en concurrentie, maar als je een dergelijk plan hebt, zal het je helpen om gefocust te blijven en in de goede richting te gaan.

5. Je moet de wettelijke vereisten kennen voor het starten van een bedrijf.

Het is erg belangrijk om de regels te begrijpen die komen kijken bij het openen van een bedrijf. Het naleven van overheidsvoorschriften is belangrijk omdat de boetes aanzienlijke operationele kosten voor je bedrijf kunnen veroorzaken. De wetten die commerciële activiteiten regelen, variëren van het opzetten van een boekhoudsysteem tot het oprichten of registreren van je bedrijf. Bepaalde belastingen kunnen variëren, afhankelijk van het soort bedrijf dat je voert, en als zodanig zullen je belastingverplichtingen hoogstwaarschijnlijk verschillen van de ene bedrijfsactiviteit tot de andere. Elk land reguleert de relaties tussen werkgever en werknemer in verschillende mate, meestal zijn de wetten bijzonder streng op dit gebied, met een zekere variabiliteit, meestal met betrekking tot strengere eisen, die bestaan in bepaalde gebieden van activiteiten zoals industriële productie of voedselverwerking. Rekening houdend met alle relevante aspecten, is het aanbevolen om deskundig advies in te winnen op dit gebied.

6. Je moet zorgen voor financiering van jouw bedrijfsidee

De meeste startups worden gefinancierd door het spaargeld van hun oprichters, maar ook door het spaargeld van familie en vrienden. In veel gevallen is het nodig om externe kapitaalinvesteringen te zoeken, zoals: particuliere investeerders, hulpfondsen, durfkapitaalfondsen of financieringsinstanties voor de sociale economie. Het is ten eerste aan te raden om voorafgaand onderzoek en documentatie uit te voeren voordat je probeert externe investeringen binnen te halen, inclusief maar niet beperkt tot risicokapitaal of kleine investeringsleningen.

Banken hebben met name uitgebreide gegevens en een uitgebreid bedrijfs- en ontwikkelingsplan nodig om uw financieringsaanvraag te kunnen beoordelen.

7. Je moet klein beginnen en er aan werken om jouw bedrijf te laten groeien.

Zelfs als ondernemer worden wordt gedefinieerd door het nemen van risico's bij het starten van een bedrijf, is het raadzaam om te proberen dit bedrijf op kleine schaal te starten en te proberen jouw bedrijf stap voor stap op te bouwen en te laten groeien. Je moet voortbouwen op wat goed werkt, aanpassen wat veelbelovend is en mislukte projecten afwijzen. Wanneer jouw bedrijf op kleine schaal succesvol wordt, kun je het laten groeien, uitbreiden naar een andere stad of het hele land en niet stoppen met werken en elke stap die je zet plannen.

8. Je moet pauzes nemen

Het is erg belangrijk om te weten wanneer je moet stoppen met werken en moet gaan rusten. Iedereen heeft een goede hoeveelheid rust en een behoorlijke hoeveelheid tijd weg van het werk nodig om te resetten en op te frissen. Succes gebeurt niet van de ene op de andere dag, dus jij moet jouw tempo bepalen. Pauzes nemen is om vele redenen gunstig, behalve dat je niet opbrandt. Het stelt je in staat om op adem te komen en de informatie op te slaan. Het geeft je de tijd om vanaf een bepaalde afstand na te denken over wat er al is gedaan. Wacht niet tot je moe bent om een vrije dag te gebruiken of op vakantie te gaan. Plan pauzes van tevoren. Mensen die uitgeput zijn, nemen slechtere beslissingen, dus de kans is groter dat je het opgeeft als de moeilijkheden zich voordoen als je al overwerkt bent. Daarom moet je jouw batterijen van tijd tot tijd opladen.

9. Je moet risico's nemen

Risico's nemen is een onderdeel van het werk. Elke succesvolle ondernemer weet dat succes wordt geboren uit het nemen van risico's, koude, berekende risico's en soms "onzorgvuldige" risico's. Zelfs je baan opzeggen en ondernemer worden, is een risico. Daarom moet je tijdens jouw zakelijke activiteit enkele risico's nemen, nieuwe benaderingen uitproberen en creatief zijn. Je moet er echter op letten dat de risico's die je neemt niet te groot zijn. Denk erover na, overweeg de voor- en nadelen en luister naar je gevoel. Voor degenen die slagen, compenseert de beloning meestal de genomen risico's. Erger nog, je zult falen en goed genoeg is mislukking beschreven als vermomd succes. Geef niet op!

10. Je moet van je fouten leren.

Je moet falen zien als een kans om te leren en te groeien in je bedrijf. De grootste mislukking of fout in het bedrijfsleven is dat je niet leert van je mislukkingen op het gebied van ondernemerschap. Hoe meer je faalt of ondernemers zoals jij bestudeert die faalden, hoe meer je leert over succes. Raap jezelf op en doe het helemaal opnieuw, maar probeer het beter te doen. Laat jouw fouten je niet raken. Soms is dit soort tegenslag misschien wel het beste dat je ooit is overkomen, en word je een nog succesvollere ondernemer.

Tips en Tricks voor bedrijfsplanning

Het schrijven van een bedrijfsplan kan ontmoedigend lijken als je het nog nooit eerder hebt gedaan. Het is echter iets dat je jezelf niet kunt veroorloven om uit te stellen of te negeren. Het

hebben van een gedegen bedrijfsplan is cruciaal voor het voortbestaan en de ontwikkeling van jouw bedrijf.

1. Stem je bedrijfsplan af op je publiek

Het uitgangspunt voor elk bedrijfsplan is publiek. Wie gaat het lezen? Wat is het doel van het plan - is het om financiering te verkrijgen? Misschien moet je een zakenpartner aantrekken. Hoewel de belangrijkste feiten en cijfers hetzelfde blijven, kun je verschillende versies van je plan afstemmen op de behoeften van specifieke doelgroepen. Een potentiële investeerder zal bijvoorbeeld op zoek zijn naar een duidelijke uitleg over hoe hij een goed rendement op zijn investering zal behalen. Een bankdirecteur zal bewijzen willen dat je het jezelf kunt veroorloven om een lening terug te betalen voordat hij financiering verstrekt

2. Onderzoek je markt grondig

Zoals kijkers van de BBC's Dragons 'Den serie zullen weten, leggen potentiële investeerders grote nadruk op marktkennis en daarom moet je onderzoek grondig zijn. Informatie over jouw markt moet gedetailleerd zijn in je bedrijfsplan en je moet jezelf goed bewust zijn van je kansen en bedreigingen, wat vereist dat je rekening houdt met je sterke en zwakke punten.

3. Identificeer je concurrenten

Om jouw markt te begrijpen, moet je alle concurrenten erkennen - wie ze zijn, hun sterke en zwakke punten en de waarschijnlijke gevolgen voor jouw bedrijf. Alle bedrijven hebben te maken met concurrentie - je plan moet aantonen dat je een duidelijke strategie hebt om met al jouw concurrenten om te gaan.

4. Besteed aandacht aan details

Je bedrijfsplan moet ter zake komen, maar het moet voldoende details bevatten om ervoor te zorgen dat de lezer de informatie heeft die hij nodig heeft om jouw bedrijf te begrijpen. Je plan moet mensen laten geloven in jouw bekwaamheid en professionaliteit, wat betekent dat er geen spelfouten, fouten, onrealistische aannames of fantasiefiguren mogen zijn.

5. Focus op de kans die jouw start-up investeerders biedt

Als je op zoek bent naar een investering, beschrijf dan duidelijk de mogelijkheid. Waarom zou iemand in jouw start-up investeren in plaats van in een ander? Wat is jouw unieke verkoopvoorstel - wat maakt jou speciaal? Waarom kopen mensen bij jou? Je plan moet al deze belangrijke vragen beantwoorden.

6. Laat belangrijke feiten niet weg

Kortom, je plan moet jouw producten/diensten, klanten, concurrenten, managementteam, activiteiten, financiën, ontwikkelingsdoelen en strategie beschrijven. Als je belangrijke feiten over het hoofd ziet, zal het je niet goed doen wanneer je jouw plan aan anderen presenteert.

7. Zorg voor een juiste financiële informatie

De financiële informatie van jouw bedrijfsplan zal bijzonder nauwkeurig worden onderzocht. De cashflow moet volledig worden gedocumenteerd en je verkoopvoorspellingen moeten goed onderbouwd zijn. Hoewel kosten gemakkelijker te voorspellen zijn dan verkopen, moeten beide worden meegerekend. Als cijfers echt niet jouw ding zijn, zoek dan hulp bij het opstellen van je ondernemingsplan, misschien van een accountant of een andere vertrouwde adviseur.

8. Maak je samenvatting van het bedrijfsplan overtuigend

Je samenvatting is ongetwijfeld het belangrijkste onderdeel van je bedrijfsplan. Meer ervaren lezers zullen het eerst lezen, zodat ze snel de belangrijkste feiten en cijfers kunnen achterhalen. Als je samenvatting hen niet betreft en hen aanmoedigt om verder te lezen, is de strijd verloren. Een samenvatting geeft hoofdcijfers en vat jouw strategie samen tot kernpunten. Hoewel het op de voorkant van het document staat, bewaar het schrijven tot het laatst. Maak het in elk geval boeiend en indrukwekkend, maar houd het realistisch.

9. Ga op zoek naar een second opinion van een bedrijfscoach

Nadat je een concept van je plan hebt voltooid, laat je het onafhankelijk beoordelen. Kies iemand die onafhankelijke, opbouwende kritiek kan bieden - misschien een accountant of bedrijfsadviseur. De plaatselijke Kamer van Koophandel of Ondernemingsbureau kan jou wellicht helpen. Hun beoordeling kan vragen oproepen die je moet beantwoorden in een herziend concept.

10. Voer je bedrijfsplan correct uit

Een bedrijfsplan moet een hulpmiddel zijn dat je gebruikt om prestaties te beoordelen en om je strategie en de ontwikkeling van je bedrijf te sturen. Het moet specifieke doelen, deadlines en verantwoordelijkheden bevatten. Het moet regelmatig worden herzien en bijgewerkt. Een succesvol bedrijfsplan zorgt ervoor dat jouw bedrijf gefocust blijft op wat het moet doen om zijn belangrijkste doelen te bereiken.

Succes Factoren

Het is erg belangrijk om de juiste indicatoren te kiezen bij de evaluatie van de startup: bruikbare indicatoren en geen ijdelheid-indicatoren. Een supermarkt kan bijvoorbeeld een ijdelheid-indicator instellen - aantal klanten, maar een bruikbare indicator is het omzetvolume per dag. Het aantal klanten kan toenemen, maar ze kunnen aanzienlijk minder kopen.

Tien tips en Tricks om succesvol te zijn als ondernemer

Hier zijn onze 10 beste tips en tricks om jou als succesvolle ondernemer te helpen.

1. Maak een solide bedrijfsplanning

Planning speelt een cruciale rol bij elk zakelijk succes. Een bedrijfsplan (zie ook de vorige Green Book hoofdstukken) is een goed uitgangspunt om mee te beginnen - het definiëren van jouw vaardigheden en zwakke punten, wat je aanbiedt, hoe het uniek is en hoe je van plan bent jouw aanbod uit te breiden. Maar ook heel belangrijk, probeer jezelf mentaal en praktisch voor te bereiden op alles wat er mis kan gaan en hoe je daarmee om zou gaan. Wat gebeurt er bijvoorbeeld als je geblesseerd raakt? Wat als klanten je een maand te laat betalen? Wat als je door een natuurramp wordt getroffen? Of een vertrouwde leverancier gaat failliet?

2. Bereid je voor op financiële uitdagingen

Cashflow was verreweg hun grootste uitdaging bij het opstarten van een bedrijf. Omgaan met cashflow-klappen door te sparen voor een maand aan onkosten of door creatief te zijn met hoe je jouw overheadkosten verlaagt. Je kunt klanten een korting aanbieden als ze een aanbetaling of het volledige bedrag vooraf betalen, of zelfs een incentive - bijv. geef 10% korting als je jouw product of dienst een week eerder levert. Wat je ook doet, wees uiterst voorzichtig met schulden - dit is een van de grootste killers van het succes van kleine bedrijven.

3. Wees voorzichtig - onthoud dat je een bedrijf start

Weersta de verleiding om te schitteren met chique kantoren, dure apparatuur en over-the-top marketing. Het levensonderhoud van jouw bedrijf hangt af van wat er in je portemonnee zit, dus elke rand en cent moet driemaal worden gecontroleerd. Houd de overhead laag en beheer je cashflow effectief. Voor een van onze 1001 dagen overlevenden, Jamie Pike, betekende dit dat hij aanvankelijk geen fysieke winkel had en zijn waren op een markt verkocht; voor ontwerp duo JesseJames betekende het dat ze hun pand moesten delen met andere kleine bedrijven.

4. Vraag om hulp!

Er zijn tal van bronnen beschikbaar voor netwerken, kennisuitwisseling en advies. Netwerken is niet alleen bedoeld voor nieuwe zakelijke kansen; het kan een geweldige bron van steun en frisse ideeën zijn. Woon evenementen van jouw branche- en regionale bedrijfsnetwerken bij. Vraag om advies van degenen om je heen (zoals je tussenpersoon, bankdirecteur, huisbaas of naburige bedrijven), of online forums en Facebook-community groepen in jouw omgeving.

5. Vertrouw op een betrouwbare adviseur

Het kan een familielid, voormalige baas of collega zijn of zelfs een vertrouwde online bron of blog. Een mentor is een klankbord van onschatbare waarde - iemand die is geweest waar jij bent; iemand met wie je regelmatig, niet-oordelende check-ins kunt hebben. 61,9% van de respondenten in onze enquête had geen mentor, maar degenen die dat wel deden, zeiden dat ze vonden dat mentoren een aanzienlijk positieve impact hadden op hun bedrijf.

"Mijn mentor duwde me voorbij mijn grootste angsten", zei een vrouwelijke ondernemer die aan ons onderzoek deelnam. "Het is niet iemand die het overneemt", beaamt Mariam Jakoet Harris van Cooked Inc. "Het is iemand die je gaat koesteren en helpen."

6. Marketing met een klein budget

Marketing voor je nieuwe bedrijf is buitengewoon belangrijk, maar hoeft niet te veel te kosten. Social media is jouw vriend - het aanmaken van je zakelijke pagina op Facebook of LinkedIn is gratis en zal je online zoekresultaten verbeteren. Het indienen van je website-URL bij zoekmachines zoals Google en Bing is dus helemaal gratis.

Houd ook de Facebook-groepen van de gemeenschap in de gaten - voor sommige is een kleine advertentievergoeding vereist, terwijl je voor andere op bepaalde dagen van de week kunt adverteren voor je bedrijf. Waar het bij marketing om draait, is om van alles en nog wat te proberen. Je weet pas wat voor jou werkt als je het probeert.

7. Zelfmanagement nummer één

Ondernemerschap is een levensstijl - de dagen van 9-tot-5 zijn voorbij. Dat wil niet zeggen dat je jezelf in de grond moet werken. Sport regelmatig, eet gezond en vind de tijd om te ontspannen, anders wordt je minder productief. Van de ondernemende respondenten zei 64% dat ze kostbare tijd met familie en vrienden moesten opgeven vanwege werkverantwoordelijkheden. Door aan je tijdmanagementvaardigheden te werken, kun je voldoende tijd vrijmaken om met dierbaren door te brengen.

8. Bouw een team dat je visie deelt

Het is simpel: geweldige mensen vormen een geweldig bedrijf. Naarmate je bedrijf groeit, moet je mogelijk personeel in dienst nemen. Neem ten eerste de tijd om mensen grondig te interviewen om er zeker van te zijn dat ze passen bij jouw cultuur en jouw waarden delen. Ten tweede kan het moeilijk zijn om los te laten, maar het is belangrijk om te leren hoe je taken kunt delegeren. Verwacht ten slotte niet dat mensen jouw klonen zijn, sta open voor nieuwe meningen en suggesties. Het is altijd goed om nieuwe perspectieven te krijgen op oude manieren van werken

9. Levenslang Leren

Het starten van een eigen bedrijf is een constant proces van groei en leren. Het is belangrijk om jezelf te verrijken met zowel praktische als emotionele vaardigheden. Bekijk gratis of goedkope e-learningbronnen zoals de Hubspot Academy, Udemy en Inc.edu.

Verbeter jouw project- of tijdmanagementvaardigheden, leer een nieuw softwareprogramma of leer jezelf hoe je jouw eigen socialmedia campagnes voert. Je kunt ook werken aan je management-, presentatie- en motivatievaardigheden. Als je veel reist, zijn podcasts en dingen als TED-talks geweldige manieren om jezelf te inspireren en te onderwijzen.

10. Bescherm je onderneming

De beste ondernemers zoeken geen risico, ze proberen risico's te beperken. Verzekering voor kleine bedrijven is een van de beste manieren om voor je levensonderhoud te zorgen, en het is goedkoper dan je denkt. Zorg ervoor dat jouw kostbare voorraad en gebouwen gedekt zijn in geval van nood, zoals brand of diefstal.

Hoofdstuk 19 Eerste Poging om te Leren

De grootste mislukking of fout in het bedrijfsleven is het niet leren van je mislukkingen op het gebied van ondernemerschap. De beste ondernemers worden niet bepaald door mislukkingen, maar door hoe ze ermee omgaan. Het navigeren door moeilijke situaties, zowel extern als intern, is cruciaal om een succesvolle ondernemer te zijn.

Je moet mislukking zien als een kans om te leren en te groeien in jouw bedrijf:

F.A.I.L.: Eerste poging om te leren.

Top 10 van F.A.I.L.

1. Het niet stellen van een doel

Houd altijd een doel voor ogen, spring niet in de zakenwereld zonder een duidelijk doel voor ogen. Het mislukken van de voorbereiding is meestal te wijten aan organisatorische tekortkomingen die worden veroorzaakt door onzorgvuldigheid van de ondernemer.

2. Uiteindelijk is enthousiasme niet genoeg om te slagen

Het is belangrijk om enthousiast te zijn over uw ideeën en prestaties; je hebt echter meer nodig, zoals middelen, duidelijke doelen en ideeën, enz. Een mislukking kan ook te wijten zijn aan het onvermogen om investeerders ervan te overtuigen dat het idee waardig is. Ook kan dit bepaald worden door het gebrek aan materiaal of persoonlijke middelen in het gebied.

3. Onvermogen om te leren

Om te slagen, moet je nieuwe dingen kunnen leren en de drive ervoor hebben. Zonder dat is het misschien bijna onmogelijk om een stabiel bedrijf op te zetten. Sommige ondernemers wagen zich op terreinen die buiten hun expertise liggen en geloven dat alleen hun intelligentie deze aanzienlijke kloof kan compenseren. Ze moeten advies inwinnen (vriendschappelijk of contractueel) van gespecialiseerde experts.

4. Weinig geld /slecht budgetbeheer

Geef geen geld uit zonder een doel, bedenk altijd hoe geld kan worden beheerd en uitgegeven om uw bedrijf te verbeteren. Het mislukken bij het opstarten is te wijten aan het onvermogen om investeerders ervan te overtuigen dat het idee waardig is. Dit soort mislukking kan ook worden bepaald door het gebrek aan materiaal of persoonlijke middelen in het gebied.

5. Falen in adverteren /brand (merken) van het product

Onderschat nooit de kracht van reclame en marketing. Met de juiste strategie daarvoor kom je best ver met je bedrijf en je eigen imago. Het mislukken van branding kan het gevolg zijn van het onvermogen om het juiste marktsegment te identificeren; de behoeften, verwachtingen en cultuur van het marktsegment begrijpen; om de juiste kanalen te gebruiken om dit segment aan te pakken; om het juiste merk te cultiveren; om het merk wettelijk te beschermen, enz. Tegenwoordig zijn de klanten geavanceerder dan decennia geleden. De producten die alleen hoge functionele eigenschappen hebben, zijn op zichzelf niet succesvol. Ze moeten ook hoge ergonomische kenmerken hebben en worden ondersteund door betekenisvolle merken.

6. De concurrentie onderschatten

Het onderschatten van de concurrentie kan fataal zijn voor uw bedrijf en voor uzelf. Houd altijd rekening met wat de concurrentie doet om zichzelf te verbeteren en probeer ze te verslaan. Ondernemers moeten voorzichtig zijn met de concurrentie, omdat de concurrentie al een groot deel van de markt heeft veroverd, een diepgaand begrip hebben van de klanten en in de meeste gevallen een grote hoeveelheid geld hebben, die de ondernemer niet heeft, voor 'de strijd'.

7. Om de verkeerde redenen beginnen

Het starten van een bedrijf zou voor u zinvol moeten zijn. U mag nooit iets beginnen omdat u het gevoel heeft dat u daartoe gedwongen wordt of omdat dit van u wordt verwacht. De typische ondernemer onderscheidt zich van andere mensen door visie en betrokkenheid bij zijn / haar idee.

8. Slecht Management

Denk bij het management aan beide partijen. Je kunt geen dictator zijn en je kunt niet toestaan dat mensen voor je beslissen. Je moet een leider zijn om het moreel van de mensen hoog te houden en om het bedrijf dienovereenkomstig te laten groeien. Nalatige ondernemers vertrouwen alleen op hun 'gevoel' en geloven dat ze de markt begrijpen, terwijl ze dat eigenlijk niet doen. Klassieke voorbeelden: Sinclair C5 en Webvan.

9. Geen bedrijfsplan / slechte planning

Zonder een solide bedrijfsplan zal deze taak bijna onmogelijk of in ieder geval veel moeilijker zijn. Bereid je altijd van tevoren voor en denk er goed over na om mislukking te voorkomen.

10. Jezelf omringen met de verkeerde mensen

Omring jezelf niet met ongemotiveerde, onbetrouwbare en luie mensen. Zorg ervoor dat de mensen die u inhuurt en waarmee u zich omringt, dezelfde of vergelijkbare energie en ideologieën delen als u.

Bron: [Slavena Boycheva en Mikolaj Bylinka](#)

Er zijn verschillende soorten fouten die kunnen optreden tijdens uw stappenplan van droom naar bedrijf, waarvan enkele hieronder worden opgesomd.

Meer F.A.I.L.:

1. Fail in voorbereiding.

Het mislukken van de voorbereiding is meestal te wijten aan organisatorische tekortkomingen die worden veroorzaakt door onzorgvuldigheid van de ondernemer.

2. Fail bij het opstarten.

Dit kan het gevolg zijn van het onvermogen om investeerders ervan te overtuigen dat het idee waardig is. Dit soort mislukking kan ook worden bepaald door het gebrek aan materiaal of persoonlijke middelen in het gebied.

3. Fail branding.

Het kan het gevolg zijn van het onvermogen om het juiste marktsegment te identificeren; de behoeften, verwachtingen en cultuur van het marktsegment begrijpen; om de juiste kanalen te gebruiken om dit segment aan te spreken; om het juiste merk te cultiveren; om het merk wettelijk te beschermen, enz.

4. Fail gegenereerd door het gebrek aan domein specifieke kennis van zaken.

Sommige ondernemers wagen zich op terreinen die buiten hun expertise liggen en geloven dat alleen hun intelligentie deze aanzienlijke kloof kan compenseren. Ze moeten advies inwinnen (vriendschappelijk of contractueel) van gespecialiseerde experts. Het verdient de voorkeur om een bedrijf te starten waar jouw expertise ligt en waar je gepassioneerd over bent.

5. Fail gegenereerd door de overschatting van de marktbehoefte.

Nalatige ondernemers vertrouwen alleen op hun 'gevoel' en geloven dat ze de markt begrijpen, terwijl dat eigenlijk niet het geval is. Klassieke voorbeelden:

- Sinclair C5; en
- Webvan

6. Fail gegenereerd door de onderschatting van de concurrenten.

Ondernemers moeten voorzichtig zijn met betrekking tot concurrentie, omdat concurrentie al een groot deel van de markt heeft veroverd, een diepgaand begrip heeft van de klanten en in de meeste gevallen een grote hoeveelheid geld heeft voor 'strijd' die de ondernemer niet heeft.

7. Fail gegenereerd door slechte kennis van de doelgroep, resulterend in slechte marketing.

Tegenwoordig zijn de klanten geavanceerder dan tientallen jaren geleden. De producten die alleen hoge functionele eigenschappen hebben, zijn op zichzelf niet succesvol. Ze moeten ook hoge ergonomische kenmerken hebben en worden ondersteund door betekenisvolle merken.

8. Fail gegenereerd door een gebrek aan passie en toewijding in het oprichtende team.

De typische ondernemer onderscheidt zich van andere mensen door visie en betrokkenheid bij zijn/haar idee. De passie voor zijn/haar bedrijf en de communicatie binnen het team dat het bedrijf ontwikkelt, zijn twee zeer belangrijke factoren voor een succesvol bedrijf.

Hoofdstuk 20 Goed netwerk

Wat is de beste manier om te netwerken?

Als je leert netwerken, verbetert het niet alleen je carrière, maar ook je persoonlijke leven. De beste netwerkers hebben niet alleen geweldige bedrijven en carrières, ze hebben ook geweldige vriendschappen en staan altijd vooraan in de rij voor nieuwe kansen.

De beste manier om te netwerken is door gebruik te maken van jouw natuurlijke sterke punten. Maak niet de fout om jezelf te dwingen om te netwerken. Doe niet alsof je extravert bent om nieuwe contacten te leggen.

Tien Netwerk Tips en Tricks

1. Laat een goede indruk achter.

Begroet iedereen vriendelijk, wees positief als je aankomt en groet mensen als je weggaat, zeg iedereen gedag. Wees aanwezig in het gesprek, dagdroom niet en kijk niet op je mobiele telefoon. weet dat je altijd wordt geobserveerd.

2. Blink uit! Maar voor de juiste dingen.

Wees moedig, de meeste mensen willen doen wat je denkt, ze zoeken alleen de moed.

3. Doe je huiswerk.

Als je naar een conferentie of vergadering gaat, onderzoek dan van tevoren informatie over het onderwerp. Het geeft je zelfvertrouwen, geeft je een ander perspectief en je hebt iets interessants te vertellen.

4. Start de conversatie.

De meeste mensen staren liever naar hun drankje of kijken op hun telefoon dan dat ze praten. Neem het initiatief en spring erin.

5. Onthoud enkele gespreksopeners die niet te intens zijn!

"Ik vond die toespraak fascinerend! ", "Kom je van hier of heb je ver moeten reizen? ", "Wat een prachtig gebouw/stad!" , "Deze snacks zijn uitstekend! ", "Waar ken je de spreker van? " , "Hoe was de test voor jou?"

6. Maak bij het beschrijven van je werk een leuke of andere uitleg dan wat je doet - en wees trots.

Als je levensverzekeringen verkoopt, zegt je: "Ik koop beleggingen voor mijn klanten", ben je een accountant "Ik zorg ervoor dat er wat geld is voor het kerstfeest!" , een schoonmaakster "als ik klaar ben met werken, staan mensen in de rij bij het toilet met hun kranten", een barman "een goede koffie kan je dag maken of breken, en dat is wat ik doe!"

7. Sluit jezelf niet op in het kantoor

Ontmoet mensen, verlaat het kantoor/huis. Word lid van een aantal clubs, zorg dat je hobby's hebt. Mensen houden van een praatje, dus vertel ze wat je doet.

8. Zet een foto op je visitekaartje

Het werkt! Mensen zullen je gemakkelijker onthouden

9. Wees niet te direct

Bouw eerst de relatie op en leg daarna je werk uit.

10. Probeer te bedenken waar de andere persoon in geïnteresseerd is.

Wat is er echt gaaf of interessant aan het werken met jou of je bedrijf?

Tien Tips en Tricks om te Netwerken

1. Neem de leiding

Voordat je naar een evenement of conferentie gaat, moet je uitzoeken wie daar aanwezig zal zijn en onderzoek doen. Dit neemt de angst weg van het gevoel dat je de kamer binnenkomt en je hebt geen idee waar je met mensen over moet praten, in plaats daarvan ga je gewapend en voorbereid op gesprekken en weet je precies welke gesprekspunten je naar voren moet brengen en soms weet je welke gespreksonderwerpen je NIET naar voren moet brengen, zodat je ongemakkelijke gesprekken kunt vermijden. Wat echte relaties met mensen creëert, zijn die gemeenschappelijke interesses en dingen waar je niet eens per se aan zou denken om over te praten. Doe onderzoek!

2. Gebruik Social Media

Gebruik Social Media om jouw toekomstige contacten beter te leren kennen. Wanneer je ze persoonlijk ontmoet, zal het gemakkelijker voor je zijn omdat je dan kunt verwijzen naar dingen met gemeenschappelijke interesses of eerdere communicatie.

3. Kleet je professioneel

Draag gepaste kleding voor een evenement. Dit betekent niet dat je dure kleding moet dragen, maar draag wel een beetje chic en laat de comfortabele kleding thuis.

4. Luister naar anderen

Luister meer dan je praat! Wees aanwezig bij het gesprek, met de verbinding met de mensen met wie je praat, zodat je waardevolle inzichten kunt bieden die het gesprek gaande houden. Door naar iemand te luisteren, kun je kansen vinden om met iemand in contact te komen, wat misschien waarde biedt aan hun leven of hun bedrijf.

5. Maak oogcontact

Het wordt vaak over het hoofd gezien en of dat nu komt door een gebrek aan vertrouwen of door persoonlijke redenen. Het kan degene met wie je praat, uit de belangstelling houden om met jou te praten. Het kan lijken alsof je niet geïnteresseerd bent in het gesprek dat je voert met de persoon voor je of een groep. Hierdoor kunnen mensen ook denken dat ze je niet kunnen vertrouwen. Als je geen oogcontact houdt, kunnen de mensen met wie je in contact bent, denken dat je iets verbergt, of dat het je niet motiveert om met hen te praten.

6. Kom met een doel!

Als je naar een evenement gaat, ga dan voor een doel, mensen verbinden, iets leren, hobby's ontdekken, etc. Alles wat je kunt onthouden van dat evenement of die bijeenkomst.

Ga naar elk evenement, vergadering, workshop etc. die voor jou belangrijk zijn! Als je een doel stelt voor alles wat je doet, zul je dingen over jezelf ontdekken.

Als je verbinding maakt met mensen op een evenement, kun je in de toekomst verschillende oplossingen/kansen voor jezelf ontwikkelen. Zaken doen, leren, ideeën, alles wat positief voor jou kan zijn, om jouw succes te ontwikkelen.

7. Neem de eerste stap!

Veel mensen zijn VERLEGEN, misschien ben jij ook een van hen, wie weet?

Mensen die zien dat je in hen geïnteresseerd bent, zullen meewerken aan jouw ideeën. Wees dus nooit te verlegen om nieuwe mensen te ontmoeten. Nieuwe mensen = nieuwe kansen.

8. WEES NIET NEGATIEF!

Negatief zijn zal je altijd een slecht humeur bezorgen! Probeer de beste aspecten in jouw gedrag te vinden, in je innerlijke zelf. Als je negativiteit verspreidt, kunnen mensen die dicht bij je staan je energie voelen. Mensen zullen proberen je te ontwijken, niemand houdt van negatieve mensen. Dat heb je niet nodig, je hebt mensen om je heen nodig, je hebt verbindingen nodig, zoals altijd, mensen = kansen.

Positief denken betekent niet dat je je hoofd in het zand houdt en de minder prettige situaties van het leven negeert. Positief denken betekent gewoon dat je onaangenaamheden op een positievere en productievere manier benadert. Je denkt dat het beste gaat gebeuren, niet het ergste.

9. Praat met mensen die u niet kent

Praat tijdens het evenement met mensen die je eerder hebt ontmoet om je relatie te versterken, maar ga ook in gesprek met mensen die je niet kent om je netwerk te verbreden en potentiële klanten / zakenpartners te ontmoeten.

10. Accepteer/Incasseer een afwijzing

Je kunt personen tegenkomen die niet met je kunnen of willen praten. Personen die te onbeleefd of te druk zijn om een gesprek te voeren. Je kunt praten met personen die jou niet mogen of jij mag hen niet. Misschien ben je het oneens over een onderwerp dat voor jou belangrijk is. Vat het niet persoonlijk op, het zegt niets over jou. Je zult geen vriend of zakenpartner zijn met elke persoon die je ontmoet, dit maakt deel uit van het proces.

Meer Tips en Tricks over Netwerken

1. Ontmoet mensen via andere mensen

De beste en gemakkelijkste manier om mensen te ontmoeten, is door middel van referenties. Omring je met de mensen die je al kent en die de mensen kennen die je wilt ontmoeten. Als je door hen wordt geïntroduceerd of deelneemt aan hun gesprekken, zul je zeer waarschijnlijk een warm welkom en introductie krijgen van de persoon met wie je een introductie wilde. Dit is een soortgelijk effect als LinkedIn via hun online introductie-tool, of zelfs door lid te worden van de juiste kring op een evenement met iemand die je kent.

2. Maak gebruik van Social Media

Social Media is een effectieve manier om belangrijke contacten beter te leren kennen en zonder de druk van een persoonlijke ontmoeting waarop je misschien niet bent voorbereid. Zoek gelijkgestemde of belangrijke contacten die jij beter zou willen leren kennen binnen jouw LinkedIn-profiel, Google Plus, Twitter en meer. Reageer op een link die ze plaatsen of reageer op een opmerking die ze plaatsen, begin een gesprek met ze en bied ze in ruil daarvoor waarde aan. Als je de gelegenheid hebt om ze persoonlijk te ontmoeten, is het gemakkelijker om te verwijzen naar eerdere communicatie met hen. Zorg ervoor dat jouw online profiel altijd up-to-date is. Recruiters gebruiken vaak sociale mediaplatforms om potentiële kandidaten te onderzoeken en zelfs om jouw vaardigheden en ervaring te bekijken.

3. Vraag niet om werk

Netwerken is niet iedereen die je kent om werk vragen, sterker nog, als je netwerkt, zou je nooit iemand om werk moeten vragen. Je moet mensen om informatie vragen die jou kunnen helpen bij het zoeken naar werk. Je belangrijkste netwerkdoel zou moeten zijn om een relatie op te bouwen en een goede verstandhouding op te bouwen, dus als er zich in de toekomst een potentiële kans voordoet, is je contactpersoon misschien bereid je door te verwijzen.

4. Gebruik je cv als een hulpmiddel voor advies

Een andere gemakkelijke maar zeer effectieve manier om te netwerken tijdens het zoeken naar werk, is door anderen te vragen met wie je een relatie hebt opgebouwd om je cv te bekijken en je feedback te geven over hoe je deze kunt verbeteren. Het gebruik van deze techniek is om een aantal redenen waardevol. Bij het bekijken van je cv zullen ze je werkgeschiedenis, je eerdere titels, je doelstellingen en veel dingen ontdekken die ze misschien nog niet over je weten. Ze herinneren zich misschien een bedrijf of een connectie waar jouw achtergrond perfect bij past.

5. Neem niet te veel tijd in beslag

Voordat je begint met netwerken, moet je een agenda hebben en de presentatie op schema houden. Tijd is geld en mensen zijn nooit blij met iemand die teveel van hun tijd in beslag neemt. Door jouw presentatie van tevoren te plannen, bevestig je jouw professionaliteit, win je aan geloofwaardigheid en je behandelt alle cruciale onderwerpen die je wilde behandelen.

6. Laat de ander spreken

Zorg ervoor dat je tijdens het netwerken niet alleen maar praat. De sleutel om een goede gesprekspartner te zijn, is een goede luisteraar zijn. Als je een andere persoon om advies of zijn mening hebt gevraagd, zorg er dan voor dat zij de gelegenheid hebben om dit aan te bieden en te vertellen. Of misschien verzoeken ze jou om waarde toe te voegen aan hun werk. Als je het gesprek alleen voert, kan de persoon het gevoel hebben dat je niet geïnteresseerd bent in wat ze te zeggen hebben en niet zeker weten wat jij moet doen met de door jou verstrekte informatie. Stel enkele van de volgende vragen:

- Hoe lang werk je al bij dit bedrijf? Of hoe lang zit je al op dit gebied?
- Wat vind je leuk of niet leuk aan je werk?
- Wat voor opleiding heb je nodig voor deze functie?
- Wat is de cultuur van dit bedrijf?

7. Presenteer een succesverhaal

Als je eenmaal een onderwerp hebt gevonden waar de andere persoon mogelijk in geïnteresseerd is en je advies kunt geven, presenteer dan een oplossing door een verhaal te vertellen over hoe je een ander in een vergelijkbare situatie hebt geholpen. Vertel hen over jouw probleem en hoe je het hebt opgelost, maar houd het kort en krachtig. Begin met hen over het probleem te vertellen en vervolgens over je oplossing. Voeg veel informatie toe over hoe rampzalig de dingen waren voordat het tot een goed einde kwam, waar alles ten goede kwam.

8. Vraag om suggesties over hoe je jouw Netwerk kunt uitbreiden

Een van de belangrijkste doelen van netwerken is niet alleen om een of twee mensen te ontmoeten, maar ook om toegang te krijgen tot het netwerk van de mensen die je ontmoet. Elke afzonderlijke persoon die je ontmoet, kent ongeveer 200 andere mensen en als je kennis maakt met een aantal van deze contacten, vergroot je snel jouw netwerk en vergroot je jouw kansen om een uiterst waardevolle verbinding te vinden. Vraag je contacten of ze een professionele organisatie kunnen aanbevelen of de namen van enkele mensen met wie je zou moeten praten.

9. Zoek een reden voor opvolging

Als je een band met iemand anders wilt opbouwen, bedenk dan een reden om de relatie gaande te houden. Als je een artikel leest dat je tijdens een netwerkbijeenkomst hebt gehad, bewaar het dan en stuur het naar hen met een korte notitie over wat je interessant vond en hoe je denkt dat het hen ten goede zou kunnen komen. Probeer ten minste twee van de drie mogelijkheden per jaar te vinden om opnieuw contact te maken met de leden van jouw netwerk.

10. Vergeet nooit om te bedanken

Het opbouwen van een netwerk gaat over het creëren van een oprechte, zorgzame relatie. Bedank je verbinding voor de informatie die ze hebben gegeven en kijk of je ze op wat voor manier dan ook kunt helpen. Deel alle kennis waarvan je denkt dat deze nuttig voor hen is. Houd notities bij van wat je over jouw contacten weet, zodat jouw toekomstige correspondentie een persoonlijk tintje krijgt.

Hoofdstuk 21 Communicatie

Als je een idee hebt voor een bedrijf, project of investering, is het van cruciaal belang om jouw doelstellingen vast te stellen en jouw acties om deze te bereiken: communicatie en bewustmaking van je producten is essentieel.

Wat is Communicatie?

Communicatie is simpelweg het overbrengen van informatie van de ene plaats, persoon of groep naar een andere. Bij elke communicatie zijn (minimaal) één afzender, een bericht en een ontvanger betrokken. Dit klinkt misschien simpel, maar communicatie is eigenlijk heel complex in relatie tot jouw bedrijf.

Zes Communicatie Tips

1. Train je luistervaardigheden (en ook je aandachtvaardigheden):

Luister je echt als anderen aan het woord zijn? We verwarren 'luisteren' vaak met 'stil zijn', maar alleen omdat je niet praat terwijl anderen praten, wil dat nog niet zeggen dat je echt luistert. Leer je eigen interne dialoog uit te schakelen en stem echt af op wat anderen zeggen. Het helpt vaak om te herhalen wat je hebt gehoord, zodat je weet dat je oplet en dat zij het ook weten.

2. Werk samen, dicteer niet:

Lezingen, monologen en omzwervingen horen niet thuis in zakelijke communicatie. Als je merkt dat je meer dan een paar momenten spreekt (behalve wanneer je een presentatie geeft of een demonstratie), stop dan. Vereenvoudig wat je probeert te zeggen zo veel mogelijk en sta anderen toe om hun mening over de kwestie te geven. Communicatie gaat over geven en nemen, niet over dicteren hoe de dingen zullen zijn of hoe je denkt dat ze zouden moeten zijn.

3. Besteed aandacht aan hoe je jouw vrije tijd doorbrengt

Je had waarschijnlijk niet verwacht dat dit op de lijst zou staan. Wat hebben de tv-programma's waarnaar je kijkt, de dingen die je leest en je hobby's te maken met zakelijke communicatie? Welnu, het antwoord is tweeledig. Ten eerste hebben ze het potentieel om je bloot te stellen aan nieuwe perspectieven en belangrijke actuele gebeurtenissen die je helpen jouw business intelligence te laten groeien. De kans is groot dat mensen die dagelijks een uur reality-tv kijken niet zo goed in staat zullen zijn om een zakelijk georiënteerd gesprek te voeren als degenen die hun vrije tijd besteden aan het lezen van zakelijke tijdschriften en netwerken met succesvolle mentoren. Ten tweede zul je enorm nuttige ideeën en inzichten opdoen uit meer intellectuele bezigheden dan uit het kijken of lezen van minder nuttig materiaal tijdens je vrije tijd.

4. Investeer in de juiste communicatie- en samenwerkingstools:

Als je voor jouw communicatie afhankelijk bent van e-mail en Sociale Media, ontvangt je waarschijnlijk veel nutteloze en overvloedige informatie en loop je misschien de belangrijkste communicatie mis. Een samenwerkingstool zoals Vmoso is de ideale manier om communicatie te stroomlijnen, samen te werken aan belangrijke projecten en zinvolle zaken relaties op te bouwen.

5. Wacht niet te lang om gevoelige kwesties aan de orde te stellen

Een situatie opbouwen en laten voor wat het is, is een recept voor een storing in de communicatie. Het is veel gemakkelijker, effectiever en professioneler om een probleem aan te pakken zodra het opduikt, terwijl het nog in de kinderschoenen staat, dan te wachten. Een snelle, directe discussie kan interpersoonlijke of professionele problemen oplossen zonder de relatie negatief te beïnvloeden.

6. Leer je geheugen te gebruiken

Is Sheila een ochtendmens, of is het beter om haar later met een probleem te benaderen namiddag? Heeft Samuel liever een bagel als je langskomt om het ontbijt te bezorgen, of heeft hij liever een worstenbroodje? Is het dinsdag of donderdag dat Becky zo snel mogelijk moet vertrekken om haar kind naar de orthodontistafpraak te brengen? Lijken deze kleine details voor jou niet van betekenis? Mensen zijn belangrijk. Als je jezelf details over hun persoonlijke leven kunt herinneren, laat dat zien dat je naast het werk ook om hen geeft. Dit bevordert een diepere, zinvollere relatie die gemakkelijk zal uitmonden in een betere, meer lonende zakelijke relatie.

Hoofdstuk 22 Marketing

Als je een idee hebt voor een bedrijf, project of investering, is het van cruciaal belang om jouw doelstellingen vast te stellen en jouw acties om deze te bereiken: communicatie en bewustmaking van je producten is essentieel. Marketing voor het opzetten van een bedrijf is een van de fundamentele hulpmiddelen om je product te communiceren. Marketing helpt om het product te schalen, grip te brengen en meer te verkopen...

Wat is Marketing?

Marketing is de activiteit en processen voor het creëren, communiceren, leveren en uitwisselen van aanbiedingen die waarde hebben voor klanten, klanten en de samenleving in het algemeen.

Tien Tips om met jou te delen

1. Ken je klant!

Het heeft geen zin om strategieën, acties te bedenken, AdWords-campagnes, Facebook ADS of Twitter in te huren als je niet weet wie jouw klant is en wie jouw product gaat gebruiken. Hoewel dit eenvoudig lijkt, is het heel gebruikelijk om een bedrijf op te zetten, dat terwijl het bedrijfsmodel wordt gevalideerd, de klant verandert. Weet wie hij/zij is, hoe hij/zij is, welke interesses hij/zij heeft, zijn/haar dagelijkse bezigheden, wat hem/haar frustrereert, wat hij/zij wil, de media en de blog die/zij leest. Al deze informatie zal het veel gemakkelijker maken bij het opstellen van een marketing- en communicatiestrategie

2. Vraag jezelf af waarvoor je een strategie bedenkt

Allereerst, voordat je een strategie bedenkt, moet je jezelf afvragen, waarvoor? Wat willen we ermee bereiken? Door het duidelijk te hebben en op wie het gericht is, kun je een concreet plan maken met concrete acties.

3. Bestudeer je concurrentie en kopieer

Onderzoek hoe jouw concurrentie presteert in marketing en communicatie; wat werkt en wat niet werkt. Ook in wat goed is, wat je beter zou kunnen doen dan zij en in wat je verschilt. Onthoud: kopiëren is niet slecht. Soms hoeft je niet te innoveren. Als je ziet dat je concurrentie iets doet dat werkt, kopieer het dan, maak het op maat en meet of het goede resultaten voor je oplevert.

4. Stel een specifiek doel

Bij het opzetten van een bedrijf is een van de vragen met betrekking tot marketing: wat je wilt bereiken en wat je doel is. De antwoorden die we vinden zijn erg divers. Ze variëren van het creëren van klantbetrokkenheid, het winnen van klanten, tot mensen die mijn app downloaden. Dit zijn heel algemene doelstellingen. Een doel moet SMART zijn [specifiek, meetbaar, haalbaar, relevant, met een specifieke tijd]. Het is wat we intern de doelstellingen noemen. Een goed voorbeeld van een SMART-doelstelling is: "Ik wil in de komende 3 maanden 5.000 actieve gebruikers krijgen in mijn twitter-applicatie".

Stel jezelf bij het stellen van doelstellingen de vraag hoe je deze gaat meten en hoe je besluit dat deze al dan niet zijn bereikt. Je hebt dus meetbare doelstellingen en je kunt prioriteiten stellen welke belangrijker zijn voor jouw bedrijf en opvolgen of je deze wel of niet haalt.

5. Teamwork

Ga bij je team zitten (of vraag mensen die waarde kunnen toevoegen als je alleen bent om mee te brainstormen) en betrek ze bij het marketingplan. Uit ervaring weten we dat het vrijmaken van tijd, het starten van een bedrijf moeilijk is. Maar het is nodig. Tijd investeren is geld investeren (en ja, tijd is geld). Werken als team is wat een product zinvol maakt, misverstanden voorkomt, tijd en geld bespaart, verwachtingen op één lijn brengt.

6. Plan

Het is de sleutel tot elke marketingstrategie. Het is belangrijk om een marketingplan te maken en dit in een document te plaatsen, met datums, acties, kanalen en campagnes die gepland zijn. Hoe specifieker, hoe beter. Hierdoor improviseer je niet in je strategie, wijk je niet af en benut het team beter tijd en geld.

Als je een inhoudsplan voor de blog maakt, bedenk dan wie de inhoud gaat bouwen? Hoe vaak wordt het gepubliceerd? Wie gaat het bewerken? Wat is het publicatieproces dat zal worden gevolgd? Maak een maandelijkse kalender om de inhoud die je gaat delen te plannen en de belangrijkste boodschappen te schrijven.

7. Zorg voor een landingspagina

Als het gaat om verkopen, is de web landing van het opzetten van een bedrijf de toegangspoort. Kies kwaliteit, zorgvuldige en aantrekkelijke afbeeldingen die jouw product of jouw dienst ondersteunt. Communiceer in een menselijke en begrijpelijke taal voor jouw klant. Dit omvat de voordelen van jouw product, video's met uitleg, referenties van jouw product of dienst, logo's, klanten en essentiële prijzen. Dit alles maakt een landingspagina, een aantrekkelijke landingspagina. Pas op voor spelfouten en drukfouten, ze blijven hangen en tasten het product aan.

8. Communiceer wat je doet

Omdat communicatie ook deel uitmaakt van een marketingstrategie en helpt verkopen met wat je bedrijf doet. Communiceer wat je doet via je Sociale Media, blog, website en communiceer met je team.

9. Zet in op een mediastrategie

Het is ook belangrijk om te communiceren wat een bedrijf doet met de media. En het gaat erom het goed te doen en ze te bieden wat ze nodig hebben. Op zoek naar de perfecte aanpak heeft elk bedrijf zeer waardevolle informatie om met de media te communiceren. Het gaat niet om persberichten en informatie te filteren die voor hen niet relevant is. Het gaat erom te begrijpen hoe de media werken en hoe jouw startup hen kan helpen.

10. Meet de resultaten

Om te zien of de strategie en acties werken, moet je ze meten. Hiervoor worden de KPI's gebruikt. De KPI (Key Performance Indicators) maakt deel uit van de marketingstrategie. Enkele basis-KPI's zijn de conversieratio, het bouncepercentage, de duur van het bezoek op internet, het aantal retweets, het aantal likes, enz.

Nog zes Marketing Tips en Tricks

1. De koning van Marketing Tips: blijf op de hoogte van de trends!

Het hebben van een sterke marketingstrategie vereist meer dan het jaar na jaar aanpassen van je prioriteiten. Je moet constant op zoek naar technologieën en mogelijkheden om je te onderscheiden van de massa. Volg de nieuwste technische en marketingtips om op de hoogte te blijven van de belangrijke trends en veranderingen waarvan je zou moeten profiteren.

2. Omarm betaalde Social Media

86% van de sociale marketeers gebruikt al Facebook-advertenties en de advertentie-inkomsten van het platform blijven groeien. Ondertussen zijn er betaalde advertentie-opties op Instagram, Pinterest, Twitter en elders. Socialmediaplatforms passen hun algoritmen aan, waardoor duidelijk wordt dat betaalde promotie een must is als je zichtbaarheid wilt krijgen. Als je wilt dat jouw sociale strategie momentum behoudt of wint, dan is het omarmen van betaald sociaal een must.

3. Zorg voor Brand Ambassadeurs

Mensen zoeken naar aanbevelingen van hun collega's om aankoopbeslissingen te nemen. Jouw eigen klanten zijn een krachtig hulpmiddel om je te helpen nieuwe doelgroepen te bereiken en conversies te stimuleren. Om het meeste uit jouw Brand ambassadeurs te halen, maak je campagnes om hen te stimuleren jouw boodschap te verspreiden. Creëer bijvoorbeeld een online community of bied beloningen aan voor verwijzingen. Je kunt ook een hashtag met een merknaam maken en het publiek aanmoedigen om deze te gebruiken.

4. Geef prioriteit aan authenticiteit

Dit is een van onze belangrijkste marketingtips. Consumenten zijn zich er tegenwoordig terdege van bewust dat de inhoud die bedrijven creëren agenda gedreven is. Ze zullen waarschijnlijk niet positief reageren op verkoopinhoud, dus brands moeten betere strategieën ontwikkelen om authentieke relaties met hun publiek op te bouwen. Een van de beste manieren om prioriteit te geven aan authenticiteit bij je marketing, is door live inhoud te maken. Host een live podcast, stream Facebook Live-video's, enz. Maak fouten en ga met de stroom mee - het zal je verbazen hoe positief je publiek erop zal reageren.

5. Ontwerp een herkenbare boodschap

Er zijn maar een beperkt aantal manieren om jouw producten en diensten rechtstreeks te promoten via marketing. Soms is het de moeite waard om af te dwalen van je belangrijkste marketingagenda om verhalen te vertellen die jouw Brand gedenkwaardiger en leuker maken. Hoe creatiever je wordt met verhalen vertellen, hoe groter de kans dat je opvalt en jouw Brandimago verbeterd.

6. Bouw partnerschappen op

Adverteren is een geweldige manier om je bereik op sociale media en internet te vergroten. Maar het is niet te vergelijken met de kracht van een sterke aanbeveling van deskundige influencers. Werk samen met andere grote spelers in jouw branche om een nieuw publiek te bereiken en sociaal bereik voor jouw bedrijf te verwerven. Je kunt ook de hulp inroepen van micro-influencers om te dienen als jouw Brand ambassadeurs op Sociale Media en op de blogs.

Zes Marketing Tips en Tricks

1. Ontwerp een gedenkwaardig LOGO

Wanneer je een bedrijf start, moet je jezelf bekend en gedenkwaardig maken en er snel aan worden herinnerd wanneer je het logo ziet!

Met een gedenkwaardig logo helpt het je om in de gedachten van mensen te komen, laten we eens kijken naar enkele voorbeelden.

Bijvoorbeeld: het logo van Nike; zodra je deze "swoosh" ziet, weet je welk merk het is, zelfs zonder het woord "NIKE" te zien.

Of denk omgekeerd: als je aan een bekend merk denkt, heb je het logo in je hoofd!

2. Acties ter verbetering van de klantgetrouwheid

We willen allemaal trouwe klanten, die naar ons toe komen als ze iets nodig hebben dat in ons assortiment te vinden is, toch? Er zijn dus een aantal manieren waarop we ervoor kunnen zorgen dat ze 'van ons' zijn, laten we nadenken over kortingen, 'koop 2-krijg 3'-aanbiedingen, voorverkoopaanbiedingen of een klein voordeel hebben dan welke andere normale klant dan ook.

3. Probeer origineel onderzoek te doen

Als je reseller, leverancier of dealer wilt worden kun je beter jouw eigen originele onderzoek laten accrediteren door een goed, bekend bedrijf of certificeerder.

Het hebben van jouw eigen onderzoek kan ervoor zorgen dat jouw klanten meer vertrouwen in je Brand krijgen! Denk er over na!

4. Investeer in Social Media

In 2020 is dit de beste manier om je Brand te lanceren.

Wij zijn miljoenen gebruikers van internet, de social media platforms (Facebook, Instagram, YouTube, etc.). Er is Google Ads, waar je direct kunt betalen om advertenties op verschillende platforms te hebben. Of je kunt een partnerschap aangaan met een aantal invloedrijke mensen op internet, deze factor kan van invloed zijn op je Brand, maar kan ook minder/meer kosten, afhankelijk van het aantal volgers/abonnees.

Dit is deze jaren de meest gunstige manier om jouw goederen te promoten. Mensen hebben de neiging om te waarderen wat hun idolen leuk vinden, waardoor jij als klant onder de indruk raakt van hun meningen en ideeën.

5. Film enkele advertenties

Maak enkele advertenties in videoformaat. Als je ziet dat de producten "werken", ziet het er misschien leuker uit. Video bleef in 2019 een populaire digitale marketingtactiek en het is ook

dit jaar een onmisbare marketingstrategie. Probeer tutorials, getuigenissen of beelden van achter de schermen op te nemen, alles wat je met de klant kan verbinden.

6. Digitaliseer UP!

Alles gebeurt nu digitaal, ook jouw bedrijf. Maak websites, telefoon-apps, alles waarmee je klant gemakkelijk en snel contact met je kan opnemen! Houd ze in contact met jou, maak een aantal online peilingen om te zien wat jouw klant nodig heeft!

Hoofdstuk 23 Gids voor jongerenwerkers om de opbouw van ondernemerscapaciteit te stimuleren

Introductie

Ondernemerschap is een krachtige motor voor economische groei en het scheppen van banen. Jonge arbeidsmigranten vormen een belangrijke pool van potentiële ondernemers.

Coaching en monitoring in ondernemerschap is een effectieve hulpbron intensieve ondersteuning voor jonge migrerende werknemers. De sleutel tot een succesvolle coaching- of mentorrelatie is de kwaliteit en toewijding van de coach of mentor, die zorgt voor een goede match met de jonge ondernemers.

Jeugdwerk' verwijst naar onderwijs- en welzijnsdiensten ter ondersteuning van de veilige en gezonde overgang van jongeren naar het volwassen leven, evenals naar vrijetijdsactiviteiten. Organisaties die jeugdwerk leveren, delen brede waarden en doelstellingen voor jeugdwerk:

- ✓ Jongeren ondersteunen bij het benutten van hun potentieel op cultureel, sociaal en educatief gebied,
- ✓ de actieve deelname van jongeren aan sociale en culturele activiteiten bevorderen, jongeren begeleiden in hun persoonlijke en professionele pad, inclusief advies over school en onderwijs of ondersteuning om de toegang tot de arbeidsmarkt te vergemakkelijken.

Jeugdwerk is een niet-formeel leerproces dat erop gericht is jongeren te ontwikkelen in termen van hun burgerschap, hun integratie in het maatschappelijk middenveld en het vergroten van de solidariteit tussen generaties. Jeugdwerk is voornamelijk de "buitenschoolse" (buitenschoolse) kinderen en jeugdwerk dat jongeren promoot en versterkt.

De gids

Dit document is een gids voor leerkrachten, opleiders en jeugdwerkers die migranten opleiden om hun ondernemersvermogen te vergroten.

Ondernemerschapsonderwijs is meer dan de voorbereiding op het runnen van een bedrijf. Deze Gids voor jongerenwerkers gaat over het ontwikkelen van ondernemersattitudes, vaardigheden en kennis die, kortom, een student in staat moeten stellen om ideeën om te zetten in daden.

Het doel van deze gids is om leerkrachten en opleiders een kader te bieden om ondernemend leren van jonge migrant (en) studenten te ondersteunen en hen te helpen bij het opzetten van een bedrijf. Het zal het leren van migrantenstudenten in de klas of online optimaliseren door middel van gerichte lesmethoden.

Het doel is om leerkrachten en jonge ondernemers te voorzien van een uitgebreide reeks maatregelen die zijn ontwikkeld met verschillende specialisten in heel Europa en die gemakkelijk te volgen is om te implementeren en te repliceren in elk ander EU-land. De trainingsaanpak mag niet in een educatief kader passen om de visie van de ondernemers weer te geven.

Wie

Een typische student is een migrant van 16-29 jaar oud met een verlangen om hun ondernemersgeest te ontwikkelen. Deze studenten zullen met verschillende uitdagingen worden geconfronteerd, zoals juridische, culturele, taalkundige en in sommige gevallen de noodzaak om door Europa te verhuizen. Trainers moeten niet alleen bekwaam zijn in het aanleren van ondernemerscapaciteiten, maar ook rekening houden met deze unieke uitdagingen.

Wat

De ondernemersgeest is niet beperkt tot een migrant die een bedrijf wil oprichten. Het wordt toegepast op een migrant die een initiatief ontwikkelt, een evenement organiseert en profiteert van een kans waar er een element van risico en hopelijk winst is. Het kan een parttime of fulltime activiteit zijn.

Financiering is een groot probleem voor migranten, dus de training wordt ook toegepast op intrapreneuriale initiatieven. Intrapreneuriale initiatieven zijn initiatieven die een werknemer (de migrant) heeft vanuit een entiteit en deze intern ontwikkelt, waarbij hij geniet van de financiële veiligheid en middelen van de werkgever, de migrant kan bijvoorbeeld voor een bedrijf werken en vervolgens binnen dat bedrijf de jongeren persoon kan een initiatief hebben om te delen met en ontwikkelt zich met de baas.

Trainingsomgeving

De training kan plaatsvinden op een virtueel / digitaal platform of in een trainingsfaciliteit.

DIGITAAL / VIRTUEEL LEREN

De effectiviteit van een coaching- of mentorprogramma kan afhangen van het gemak waarmee u toegang krijgt tot de coach of mentor. Dat hoeft geen fysieke trainingsfaciliteit te zijn.

Online trainingen op afstand kunnen nodig zijn om migranten via online platforms te ontmoeten. In het tijdperk van training en opleiding verscheen de term als "Emergency Remote Teaching" om aan te geven dat de trainingsomgeving in virtuele platforms moet worden getransformeerd zonder ze in het begin als online instructieprocessen te moeten ontwerpen. Daarom hebben we dit onderdeel toegevoegd om trainers te ondersteunen bij het omzetten van hun inhoud in de online kanalen. Het wordt veel moeilijker om de interactieve kenmerken van de instructie te behouden wanneer deze wordt omgezet in online platforms. Daarom wint het gesynchroniseerde of livestream-karakter van de instructie aan belang in online sessies. Er zijn platforms, zoals Zoom, Google Teams, Adobe Connect, Skype enz. Om live (gesynchroniseerde) sessies met de leerlingen te krijgen. Als het een groepsessie is, zijn er enkele interactieve tools beschikbaar voor de trainer om feedback te krijgen, zoals menti.com, Kahoot, poll junkie etc.

Trainingsfaciliteit

De trainingsfaciliteiten moeten bepaalde kenmerken bieden:

- Gemakkelijk en direct openbaar vervoer naar de trainingsfaciliteit - de migranten moeten de trainingslocatie kunnen bereiken met een paar eenvoudige instructies en de migranten zouden niet veel moeten lopen in het gebouw, anders zullen ze zich verloren en onwelkom voelen;
- Al het personeel van de organisatie moet worden geïnformeerd dat de migranten komen en bereid zijn om basisindicaties te geven hoe de trainingsfaciliteit te bereiken;

- Professionele maar ontspannen omgeving - migranten voelen zich misschien terughoudend om deel te nemen aan de cursus, dus het is belangrijk dat ze zich ontspannen en welkom voelen, maar ook vertrouwen hebben in hun leraren;
- Ruimte om te bewegen - de kamer heeft voldoende ruimte nodig voor de studenten om te bewegen en te socialiseren / netwerken, aangezien de cursus niet alleen zittend wordt gevolgd;
- Tabellen in een cirkel - om psychologische barrières te vermijden;
- Technische apparatuur - zoals muziekspeler, laptop, projectie etc. om audiovisuele elementen te gebruiken;
- Smartboards - met behulp van smartboards kan les worden gegeven in verschillende stijlen. Er zijn studenten die meer verbaal geneigd zijn, zodat ze naar het gesprek van de leraar kunnen luisteren. Studenten met visueel leren kunnen gemakkelijker begrijpen wat de leraar doet. Het bord maakt meer diepgaande beelden mogelijk. U kunt online bronnen hebben, ze zijn milieuvriendelijk, u kunt uw lessen opslaan, betere beelden
- Wi-Fi-service - een noodzaak omdat de migranten thuis misschien geen toegang hebben tot wifi, en het moet zonder beperkingen zijn, maar wel voldoen aan de veiligheidsnormen;
- Regelmatige pauzes - om de concentratie te behouden, zijn pauzes gestructureerd, regelmatig en gerespecteerd en worden ze aan het begin van elke trainingsdag aangekondigd. Mogelijk moet u pauzes in verband met religieuze vereisten overwegen
- Toilet - zoals bij elke trainingsfaciliteit, moeten gemengde toiletten worden vermeden;
- Basisverfrissingen - voor het geval de studenten honger hebben, zijn er basisverfrissingen beschikbaar.

Toegepaste trainingsmethode

De methoden die door de trainer worden gebruikt, zijn fundamenteel voor het succes van de cursus, aangezien de migranten zich in een unieke en uitdagende situatie bevinden. Leeroptimalisatie wordt versterkt door:

- Teamwork
- Praktische / hands-on lessen - project gebaseerde, studentgerichte en werk gebaseerde methoden
- Ijsbrekers en stimulerende strategieën voor studenten
- Actieve studentenparticipatie (de studenten behandelen als individuen en een specifieke achtergrond en kennis)
- Aan elke les zijn leerdoelen verbonden
- Regelmatige en objectieve toetsing (informeel en niet-formeel). Dit kan zo simpel zijn als het controleren aan het einde van elke module die de student heeft begrepen. Teamwerk, soft skills en hands-on vaardigheden moeten worden geëvalueerd door de mentor / trainer in een informele en niet-formele omgeving, bijvoorbeeld door feedback te geven op de onafhankelijke praktijk van de studenten, zoals opgenomen in de sessieplannen van deze gids
- Gebruik van ten minste drie 'zintuigen' om waar mogelijk een concept te communiceren om het vasthouden van informatie aan te moedigen om een sociale en emotionele leeromgeving te creëren (bijvoorbeeld zicht, gehoor en emoties door middel van verhalen, of zien, horen en bewegen door leerlingen te laten opstaan en beweeg
- Het beoordelen en vervullen van de fundamentele menselijke behoeften van migranten (indien mogelijk) aan het begin van de trainingssessie. Als een sollicitant een basisbehoefte mist, zal hij zich niet concentreren op de les, maar op die behoefte, zoals

honger, dorst, kou, hitte, uitputting of angst. Sociale en economische verschillen vormen een bedreiging voor effectief groepsonderwijs

- Overweeg en leg verantwoording af over psychologische trauma's en vooroordelen
- **Het handhaven van een opendeurbeleid** - u bent er altijd om hen te helpen met het onderwerp van de training (academisch)
- **Deel relevante persoonlijke verhalen of anekdotes** - jeugdwerkers met een migratieachtergrond zijn in dit geval succesvoller: door een verband aan te tonen tussen uw leven en jonge migranten, kunt u effectief contact met hen opnemen. Denk aan grappige persoonlijke ervaringen die jonge migranten zullen vermaken en een sterke levensles zullen overbrengen.

Optimaliseren van het leren wordt bedreigd door:

- Gebrek aan ouderlijke ondersteuning - de meeste gezinnen begrijpen niet waarom ze een opleiding volgen.
- Armoede
- Pesten
- Gezondheidsproblemen - Syriërs hebben bijvoorbeeld meestal een traumatische achtergrond en worden geconfronteerd met gezondheidsproblemen als gevolg van onvoldoende levensomstandigheden.
- Storende studenten
- Gebrek aan interesse of relevantie
- Verzuim
- Culturele verschillen

Gebrek aan taalvaardigheid in de taal van de cursus

Soorten van leervormen

1. Auditieve en muzikale leerlingen

Auditieve leerlingen horen graag oplossingen en voorbeelden die aan hen worden uitgelegd, en kunnen zich aangetrokken voelen tot muziekonderwerpen en groepsonderwijs als een manier om informatie te begrijpen. Auditieve leerlingen hebben vaak een grote aanleg om noten en tonen in muziek en spraak te onderscheiden.

Kwaliteiten die vaak worden geassocieerd met auditieve leerlingen zijn onder meer:

- Een 'goed oor' hebben voor muziek en tonen
- Kan worden afgeleid
- Houdt van praten met zichzelf / anderen / neuriën / zingen

Auditieve leerlingen kunnen woorden hardop zeggen of tonen neuriën om ze beter te leren. Deze strategie is essentieel om muzikale leerlingen betrokken te houden bij klassikale lessen.

Strategieën die u kunt proberen, zijn onder meer:

- Lees terug wat je hebt geschreven
- Lessen opnemen om later te beluisteren en te raadplegen
- Auditieve luisteraars aanmoedigen om 'anderen mondeling te onderwijzen'
- Vermijd afleidingen

2. Visuele en ruimtelijke leerling

Visuele leerlingen houden van diagrammen, het uittekenen van concepten, grafieken en processen. Ze leren door naar visuele concepten te kijken, ze te creëren en te kijken hoe andere mensen ze creëren. Visuele leerlingen kunnen georganiseerd of creatief zijn in hun toepassing en dingen als kleuren en vormen nuttig vinden. Visuele leerlingen beschikken vaak over de volgende kwaliteiten:

- Oplettend
- Niet snel afgeleid
- Houdt van plannen
- Geeft de voorkeur aan visuele instructies

Strategieën die u kunt proberen, zijn onder meer:

- Voeg kaarten, afbeeldingen en diagrammen toe
- Maak mindmaps
- Zet de visuele leerlingen vooraan
- Kleurcodes en cues gebruiken
- Het maken van aantekeningen en het kopiëren van aantekeningen tijdens de studie aanmoedigen

3. Verbale leerling

Verbaal leren omvat zowel schrijven als spreken. Verbale leerlingen kunnen een voorkeur hebben voor lezen en schrijven, woordspelletjes en gedichten. Verbale leerlingen kennen de betekenis van een brede categorie woorden, kunnen deze effectief gebruiken en zoeken actief naar nieuwe woorden om aan hun repertoire toe te voegen.

Enkele kwaliteiten die verband houden met verbale leerlingen zijn:

- Intellectueel
- Boekenwurm
- Goede verhalenverteller

Strategieën die u kunt proberen, zijn onder meer:

- Verhaal vertellen
- Verleg persoonlijke grenzen door ze dingen te laten opschrijven of aan anderen te laten zien

4. Logische en wiskundige leerling

Enkele kwaliteiten die verband houden met wiskundige leerlingen zijn:

- Patroonherkenning
- Goed met getallen
- Aanleg voor groepering en classificatie

Strategieën die u kunt proberen, zijn onder meer:

- Probeer statistieken en classificatie-taxonomie op te nemen.
- Vraag uw leerlingen "Welke categorie van boeken is dit?"
- Begin met een algemeen concept en ontwikkel ze

- Probeer bij logische studenten altijd een systeem op te nemen, betrek de studenten bij de ontwikkeling van dat systeem.

5. Fysieke of kinesthetische leerling

Kinesthetische, gewoonlijk hands-on leerlingen genoemd, geven er de voorkeur aan fysiek met de materialen van de leerstof bezig te zijn. Enkele kwaliteiten die verband houden met fysieke leerlingen zijn:

- Voorkeur om 'hun handen vuil te maken'
- Energiek, kan vingers trommelen of benen schudden
- Actiegericht en extravert
- Kan prioriteit geven aan lezen en schrijven

Strategieën die u kunt proberen, zijn onder meer:

- Beweging aanmoedigen tijdens het studeren (straf ze niet voor friemelen)
- Ruim bureaus en oppervlakken op, zodat ze zich kunnen concentreren op het leren
- Neem op tijd pauzes, laat ze bewegen
- Laat ze producten maken

6. Sociale en interpersoonlijke leerling

Sociale leerlingen geven de voorkeur aan groepen en samenwerking. Sommige, maar niet alle, zullen aangetrokken worden tot leiderschap binnen een groep. Enkele van de kwaliteiten die vaak worden geassocieerd met dit type leerling zijn:

- Extravert
- Communicatief vaardig
- Gevoelig en empathisch

Het is belangrijk voor docenten om te begrijpen dat niet alle sociale leerlingen extravert of zeer communicatief zijn, en dat ze ook visuele, auditieve, verbale, logische of fysieke leerlingen kunnen zijn. Het interpersoonlijke aspect beschrijft misschien beter de omstandigheden waarin ze zich het meest op hun gemak voelen, dan hoe ze informatie absorberen. Interpersoonlijke leerlingen houden van 'doen' en 'delen'. Dit kan soms leiden tot afleiding voor andere studenten die intrapersonlijker zijn in hun leergewoonten. Om dit te voorkomen, probeert u sociale leerlingen te kanaliseren om waarde aan de groep te leveren, hen taken te geven die hun energie nuttig gebruiken, met de nadruk op empathie voor hun klasgenoten.

Strategieën die u kunt proberen, zijn onder meer:

- Rollenspelen van historische gebeurtenissen of literaire werken
- Samenwerken aan financiële en budgetproblemen
- Lesgeven dmv begripsvragen te stellen

7. Eenzame en intrapersonlijke leerling

Eenzame leerlingen kunnen visuele, auditieve, fysieke, verbale of logische leerlingen zijn. Door aan alle behoeften van de eenzame student te voldoen, zullen ze volledig betrokken zijn. Enkele van de kwaliteiten die vaak worden geassocieerd met dit type leerling zijn:

- Onafhankelijk
- Introspectief

- Privaat

Strategieën die u kunt proberen, zijn onder meer:

In een klasomgeving kan het soms moeilijk zijn om een eenzame leerling op te merken. Ze zitten misschien stil achter in de klas om aan het einde van het semester te slagen voor het examen. Voor de docent is het belangrijk om ze tijdens de les te betrekken. Zorg voor beeldmateriaal, boeken en leermiddelen. Wijs rustige gebieden aan en werk samen met gedefinieerde deeltijd, zodat de eenzame leerling zich voldoende voorbereid kan voelen.

Gemengde leeraanpak

Het is altijd wenselijk om tijdens de cursussen een gemengde leeraanpak te hebben om tegemoet te komen aan elk type leerstijl. Elke sessie / les kan zich richten op een bepaald leertype of meerdere strategieën in elke les opnemen. Het belangrijkste element is allereerst het herkennen van de verschillen in het leren van studenten.

Storende studenten - bedreigende leeroptimalisatie

De storende leerling van de ene klas kan worden beschouwd als een normale leerling in een andere klas. Dit hangt af van de culturele verschillen. Het betekent niet noodzakelijk dat een ontwrichtende student zich realiseert dat hij ontwrichtend of gedemotiveerd is.

Typische storingen; Voorbeelden zijn het herhaaldelijk verlaten en betreden van het klaslokaal zonder toestemming, het maken van luide of storende geluiden, doorgaan met praten zonder herkend te worden, of toevlucht nemen tot fysieke bedreigingen of persoonlijke beledigingen

Strategieën om storend gedrag te voorkomen en erop te reageren, zijn onder meer:

- In de eerste les moeten jullie allemaal een "Gedragsnorm" -schema maken dat alle leerlingen ondertekenen. Herinneringen door de docent zijn altijd vereist
- De docent moet het rolmodel zijn voor de vereiste norm
- Als u denkt dat er ongepast gedrag plaatsvindt, overweeg dan een algemeen waarschuwend woord in plaats van een bepaalde leerling te waarschuwen (bijv. "We hebben momenteel te veel gelijktijdige gesprekken; laten we ons allemaal concentreren op hetzelfde onderwerp").
- Probeer na de les met de leerling te praten om eventuele problemen te bespreken .

Vermijd:

- Ruzie maken met een student
- Toegeven aan ongepaste verzoeken
- Negeren van ongepast gedrag dat gevolgen heeft voor u of andere studenten
- De student toestaan je te intimideren

Wet- en regelgeving

Voor wet- en regelgeving verwijzen we naar de hoofdstukken 12, 13, 14, 15, 16 en 17 van het Green Book.

Culturele achtergrond

De culturele factor is een van de belangrijkste sleutels die moeten worden aangepakt om een inclusieve en open leeromgeving te creëren die leren faciliteert. De trainer moet rekening houden met de culturele achtergrond van de studenten en de cultuur en achtergrond van het land van bestemming, die vaak bijzonder verschillend zijn. Het is van belang om goed het onderscheid en verschil uit te leggen in waarden en normen om bepaalde culturen goed te kunnen benaderen.

Rekening houden met de culturele achtergrond van de studenten is het cruciaal om een opleiding van hoge kwaliteit te bieden die beantwoordt aan hun behoeften en verwachtingen van de opleiding.

Het aanpakken van de culturele achtergrond is een complexe taak die bijzondere aandacht van de trainer vereist. Cultuur is meer dan vakanties of recepten van favoriete gerechten, religieuze tradities of taal; iemands cultuur en opvoeding hebben een filosofisch effect op hun perspectief op de wereld en hoe ze informatie verwerken. Daarom heeft cultuur een belangrijke inbreng in leer- en onderwijsstijlen.

Het is belangrijk dat de trainer vooraf wat informatie heeft over de culturele achtergrond van studenten om hun onderwijsbenadering aan te passen. Dit kan worden gedaan in de eerste inleidende les waarin een student zichzelf presenteert met nuttige informatie voor zowel de leraar als de klas, of vóór de start van de cursus door middel van vragenlijsten of soortgelijke hulpmiddelen. Het is belangrijk dat docenten hun leerlingen en hun academische vaardigheden individueel begrijpen, in plaats van te vertrouwen op vooropgezette ideeën of eerdere ervaringen met andere studenten met een vergelijkbare achtergrond. De informatie die via deze kanalen wordt verstrekt, zal de leraar helpen zich beter te concentreren op de behoeften van de studenten en op de opleiding.

De tutor moet onthouden dat cultuur de trainingservaring kan beïnvloeden: het 'normale' gedrag van de studenten in de klas is bijvoorbeeld sterk gebaseerd op hun cultuur. Aziatische studenten zijn over het algemeen stil in de klas en oogcontact maken met docenten wordt als ongepast beschouwd. Daarentegen wordt de meeste Europese studenten geleerd om actieve discussies in de klas te waarderen en om docenten rechtstreeks in de ogen te kijken om respect te tonen, terwijl hun docenten de deelname van studenten zien als een teken van betrokkenheid en competentie. Deze factoren zijn van cruciaal belang bij de opleiding met migrantengroepen.

Het is belangrijk dat de trainers rekening houden met factoren die deel uitmaken van de persoonlijke achtergrond van elke student en die soms moeilijk aan te pakken zijn, zoals bijvoorbeeld trauma. Het is belangrijk voor de trainer om flexibel en empathisch te zijn voor zijn studenten, omdat ze vaak behalve trainers ook referentiepunten kunnen worden voor jonge migranten.

Bij het aan de orde stellen van cultuur in de opleiding is het belangrijk om rekening te houden met zowel de culturele achtergrond van studenten als de cultuur van de bestemming. Het is essentieel dat trainers informatie geven over de nieuwe omgeving, zodat de studenten zich prettiger voelen. De redenen waarom een persoon uit zijn land van herkomst verhuist, zijn talrijk en het is niet duidelijk dat de persoon informatie heeft over het land van bestemming. Trainers moeten bereid zijn om zoveel mogelijk informatie te geven, ook afhankelijk van de behoeften van de leerling. Deze informatie omvat niet alleen taaltraining, maar ook andere belangrijke factoren, zoals: specifieke regels in specifieke sectoren, niet geaccepteerd gedrag door de samenleving, hoe de lokale bevolking moet worden aangesproken, enzovoort. Het verstrekken van informatie over het land van bestemming is cruciaal om de integratie te stimuleren. Dit soort informatie maakt deel uit van de zogenaamde interculturele training die de

identificatie van de verschillen tussen de twee culturen impliceert en die gebieden aanpakt waar de cultuurclash tot problemen kan leiden.

Teamwork leren

Leeroptimalisatie wordt versterkt door Teamwork. Er moet een vriendelijke en comfortabele teamsfeer zijn

Er moet een teamsfeer worden gecreëerd in de klas die het gevoel van eigenaarschap van de inhoud verbetert, de kans verkleint dat studenten uitvallen en hun interesse verliezen en de kwaliteit van de ideeën tussen elkaar verbetert.

Teamworkvaardigheden zijn essentieel voor uw succes op het werk, ongeacht uw branche of functietitel. Goede teamworkvaardigheden weerspiegelen doorgaans een gezonde, goed functionerende werkplek.

Probeer de volgende vaardigheden te ontwikkelen voor jonge migranten als ondernemer. Hier zijn slechts enkele voorbeelden van kwaliteiten die u kunnen helpen uw teamworkvaardigheden te verbeteren:

Communicatie - cruciaal voor goede teamworkvaardigheden, dus deel relevante gedachten, ideeën en belangrijke informatie. Overweeg zowel verbaal als non-verbaal.

Verantwoordelijkheid - het is belangrijk dat elke betrokken partij het werk begrijpt waarvoor ze verantwoordelijk zijn en zich inspant om genoemde taken op tijd en volgens de verwachte norm te voltooien en samen te werken aan een gemeenschappelijk doel.

Eerlijkheid - dit kan betekenen dat je een meningsverschil deelt, een bepaalde taak niet op tijd kunt voltooien of een nieuwe ontwikkeling deelt. Transparantie schept vertrouwen en werkt daarom efficiënt samen.

Actief luisteren - moeite doen om aandachtig op één persoon te focussen terwijl deze zijn ideeën, gedachten of gevoelens deelt, wat het begrip en vertrouwen verbetert. Stel vervolgvragen!

Empathie - Door empathie te hebben voor uw teamgenoten, kunt u hun motieven en gevoelens beter begrijpen, wat u kan helpen om met hen te communiceren op een manier waarop zij positief zullen reageren.

Samenwerking - werk samen om iets beters te creëren, ideeën uit te wisselen, elkaars werk te verbeteren en elkaar te helpen een goed team te vormen.

Bewustzijn - wees altijd bewust van de teamdynamiek. Als bijvoorbeeld één persoon het gesprek domineert, is het belangrijk dat de balans wordt hersteld zodat elke teamgenoot een gelijkmatige bijdrage kan leveren. Als een persoon de neiging heeft om verlegen en aarzelend te zijn om ideeën te delen, is het ook belangrijk om ruimte te creëren zodat alle teamgenoten zich op hun gemak voelen om hun unieke vaardigheden en capaciteiten bij te dragen.

Leeroptimalisatie wordt versterkt door energieke leerlingen - Door beweging in een les op te nemen, worden de bloedstroom en hersenactiviteit gestimuleerd. Sommige leerlingen vinden het moeilijk om op te letten wat de leraar zegt en stil te zitten.

Leeroptimalisatie wordt versterkt door leerdoelen - dit helpt bij het focussen van de les, in termen van pre-lesvoorbereiding en door de les heen. Het samenstellen van doelstellingen zorgt ook voor een meer gestructureerde voortgang van de leerling. De doelstellingen mogen niet te strikt zijn om een vloeiende ontwikkeling in de klas mogelijk te maken. De docent moet ervoor zorgen dat alle leerdoelen worden bereikt. Aan het einde van de dag dienen de leerdoelen van de volgende trainingsdag bekend gemaakt te worden om de student te motiveren terug te komen en zich uiteindelijk op eigen initiatief voor te bereiden.

Leeroptimalisatie wordt versterkt door regelmatig testen of herhalen van eerdere lessen - testen kan zo simpel zijn als herhalen wat er in de vorige les is gebeurd, en eenvoudige vragen stellen om de leerlingen eraan te herinneren wat ze de vorige keer hebben gedaan (zelfs voor een pauze). "Testen is door te doen" op een gecontroleerde manier met constructieve hulp en het delen van de ervaring. Aan het einde van een les moet de studenten worden gevraagd om de belangrijkste punten te herhalen. Dit testen moet elke les gebeuren. Als de student weet dat er aan het einde van de les basisvragen zullen zijn, zullen ze zich meer concentreren en concentreren, en wat nog belangrijker is, het helpt de student om een langetermijngeheugen te creëren. Een online applicatie zoals Kahoot creëert een omgeving van plezier en motivatie om mee te doen aan de activiteit.

Leeroptimalisatie wordt versterkt door praktische / praktische lessen. Het zal worden gedaan via de leraar, het platform, de app en moet ook toegankelijk zijn via de smartphone. Na een korte presentatie van de theoretische aspecten van de les, krijgen de studenten eenvoudige opdrachten met betrekking tot de besproken onderwerpen. Afhankelijk van de aard van de opdrachten werken de studenten individueel of in teams. Na afloop van de opdrachten presenteert een leerling of een team zijn / haar resultaten en bespreekt de hele klas ze op een objectieve manier.

Dit kan bijvoorbeeld worden bereikt door middel van toneel en andere theatrale activiteiten en games, waardoor studenten kunnen deelnemen aan activiteiten om helemaal plezier en plezier te hebben. Bovendien moet de creativiteit van de studenten worden gestimuleerd door de trainer om hun innerlijke potentieel te activeren als innovators, nieuwe ideeënmakers, creatieve probleemoplossers, die belangrijke componenten zijn van een ondernemersmentaliteit.

Leeroptimalisatie wordt versterkt door minimaal 3 zintuigen te gebruiken om een concept te communiceren.

Creëer een klas gericht op mind-set

Volgens professor Carol S. Dweck, hoogleraar psychologie aan de Stanford University, zullen mensen met een 'fixed mindset' - degenen die geloven dat basiskwaliteiten zoals intelligentie of talent vastliggen - minder snel floreren dan mensen met een 'groeimindset' - degenen die geloven dat vaardigheden kunnen worden ontwikkeld door toewijding en hard werken. In haar boek "Mind-set: The New Psychology of Success" onthult Dweck hoe ouders, leraren en anderen dit idee kunnen gebruiken om studenten te helpen uitstekende prestaties te bevorderen.

Door een leeromgeving met een groeimindset te creëren, kunnen we studenten helpen meer eigenaar te worden van hun leerproces en hun onafhankelijkheid te bereiken. De sleutel is om de nadruk te leggen op de inspanningen die studenten leveren, in plaats van op hun intellectuele capaciteiten, waardoor ze leren hoe ze kunnen volharden en groeien.

Elke student moet wekelijkse, maandelijkse en driemaandelijkse doelen stellen. Volg hun voortgang en groei. Vier hun successen en als studenten hun doelen niet bereiken, houd dan een interventieconferentie zodat we de voortgang die ze hebben geboekt kunnen bekijken en aanpassingen kunnen maken zodat ze meer groei kunnen zien.

Een van de tools die we kunnen gebruiken is het spel Company Snakes and Ladders, waarin je doelen en taken vaststelt. De deelnemer definieert doelstellingen en splitst deze op in de verschillende taken die hij / zij moet uitvoeren om het doel te bereiken. Elke taak moet een deadline hebben en de vraag wanneer, hoe, wie, waar beantwoorden. De tutor en trainer moeten het samen met de deelnemer volgen.

Hoe en welke tools kunnen we gebruiken?

Enkele voorbeelden van case studies van wereldwijd bekende ondernemers

- Kiran Mazumdar Shaw- CEO- Biocon
Kiran Mazumdar Shaw, de oprichter van Biocon, is een van de meest succesvolle Indiase ondernemers. Op 25-jarige leeftijd richtte ze haar eigen bedrijf op genaamd Biocon, dat samenwerkte met een Iers bedrijf om industriële enzymen te maken..
- Arianna Huffington - CEO- The Huffington Post
Arianna Huffington is de belangrijkste supporter van The Huffington Post, bedenker van de aanhoudende New York Times-hit The Sleep Revolution en als hoofdredacteur van The Huffington Post om te zoeken naar haar nieuwe gezondheidsstart, Thrive Global, die haar zal aanbieden welzijnsvoorbereiding en workshops over stressaftrek. Hier is haar zakelijke begeleiding voor zakelijke visionairs die een bedrijf moeten beginnen alleen omdat: "Als u een bedrijf gaat beginnen, moet u het echt koesteren, omdat niet iedereen er dol op zal zijn. Op het moment dat The Huffington Post voor het eerst werd voortgestuwd in 2005, waren er zo'n groot aantal depreciators.
- Guy Kawasaki CEO- Canva
Guy Kawasaki is de hoofdevangelist van Canva, de schrijver van dertien boeken, waaronder de veelgeprezen Art of the Start, die door zakenmensen over de hele wereld wordt geprezen als een massa-scheppingswapen. Hij is bovendien de vorige baas-evangelist van Apple. Hier is zijn zakelijke aansporing voor hoopvolle zakelijke visionairs die hun eigen bedrijf moeten beginnen: "Mijn beste zakelijke tip is om me op het model te concentreren. Concentreer je niet op je pitchdeck, in de praktijk geteste strategie of geldprojecties. "
- Chase Jarvis CEO- CreativeLive,
Nadat hij op een redelijk jonge leeftijd een van 's werelds meest vooraanstaande fotografen werd, ging Chase verder met het opzetten van CreativeLive,' s werelds grootste trainingsorganisatie voor live-spilling. Hier is zijn zakelijke leidraad voor nieuwe zakenmensen die hun eigen bedrijf moeten beginnen: "Kras je eigen tinteling. Volg het aanpakken van een probleem dat u heeft. Iets dat je dierbaar is, niet een willekeurige marktkans. "
- Larry Kim - CEO- Mobile Monkey
Larry is de oprichter van zowel Mobile Monkey, een chatbot van de volgende generatie voor marketeers, als Wordstream, een toonaangevende leverancier van AdWords, Facebook en zoekwoordonderzoekstools die door meer dan een miljoen marketeers wereldwijd worden gebruikt. Larry is ook een topcolumnist bij Inc magazine, een Techstars-mentor en keynote speaker voor evenementen over de hele wereld. Hier is zijn beste zakelijke advies voor aspirant-ondernemers: "De grootste fout die ik ondernemers zie maken, is het overschatten van de nieuwigheid van hun grote idee."
- Michelle Schroder CEO- Making Sense of Cents
Michelle is een zakelijke visionair en blogger die het blog over individuele geld en levenswijze, Making Sense of Cents, beheert. Sinds 2011 gebruikt ze haar accountervaring om buitengewone inhoud samen te stellen en haar blogbedrijf elke maand te ontwikkelen tot meer dan \$ 70.000 aan inkomsten. Hier is haar zakelijke begeleiding voor nieuwe zakelijke visionairs die een bedrijf moeten beginnen en productief zelfstandig moeten worden: "De meest ondragelijke vergissing die ik voor het

eerst (of niet-geoefende) zakelijke visionairs zie, is dat ze anderen in hun branche of blogspecialiteit zien als rivaliteit. Dit kan je fundamenteel in de steek houden, omdat je misschien nooit bevoorrechte inzichten en tips uit de branche leert, gecertificeerde metgezellen maakt, en nog veel meer. "

- Oleg Shchegolev- CEO- SEMrush
Oleg is de mede-weldoener en CEO van SEMrush, een over de hele linie promotie-toolbox voor gevorderde adverteerders. Oleg heeft SEMrush ontwikkeld voor 400 werknemers op vier werkplekken over de hele wereld en in 2016 prezen ze 1 miljoen klanten (!!!) met klanten uit meer dan 100 landen. Hier is de beste zakelijke begeleiding van Oleg voor beginnende zakelijke visionairs die hun eigen bedrijf hopen te beginnen: "Nieuwe zakelijke visionairs besteden teveel aandacht aan wat verschillende organisaties beheren zonder een onafhankelijke geest te hebben."
- Bhavish Aggarwal CEO- OlaCabs
De 29-jarige IIT-B Grad - Bhavish Aggarwal is de organisator en CEO van India's meest prominente Cab Aggregator OlaCabs. OlaCabs, des te bekender bekend als Ola, is vrijwel hetzelfde als sommige andere commerciële centra op internet, maar explicieter in het geven van taxibestuurders. Ola, die begon als een online taxi-aggregator in Mumbai, woont momenteel in Silicon Valley of India, ook bekend als Bangalore, en staat ook bekend als een van de snelst ontwikkelende organisaties in India, die zijn rivalen Uber en Meru verslaat.
- Jim Fowler CEO- Owlery
Jim is de oprichter en CEO van Owlery, een publiek gesteunde, gefocuste inzichtenfase. Vóór Owlery richtte Jim Jigsaw op in 2003 en was hij CEO totdat het in 2010 door Salesforce werd verkregen voor \$ 175 miljoen. Voorafgaand aan zijn beroep in innovatie was Jim eigenaar en beheerder van Lookout Pass, een skigebied in Idaho, en diende hij in de Amerikaanse zeemacht als een duik- en reddingsfunctionaris.
- Matt Feldman CEO- Case Escape
Matt is de CEO en belangrijkste supporter van Case Escape. Nadat hij op 23-jarige leeftijd zijn MBA behaalde aan de Chapman University, begon Matt zijn eerste bedrijf in een tijdje (dat we samen begonnen in 2013) en heeft het sindsdien ontwikkeld tot een algemeen bedrijf met meer dan 100 klanten en een aantal klanten. Case Escape is opgericht met als doel 1.000 zakenmensen te helpen bij het starten van hun eigen telefoonhoesje.

(bron:<https://www.mim-essay.com/top-31-successful-entrepreneurs/>)

Assessment tool

The De YME-app maakt geen specifiek onderscheid tussen vaardigheden en competenties, maar geeft eerder een algemene beoordeling van het vermogen van de migrant die relevant is voor het ontwikkelen van ondernemersvaardigheden. Het verdeelt de evaluatie in 8 afzonderlijke componenten. Elk van deze componenten zal de leraar helpen bij het correct identificeren van specifieke gebieden die verdere verbetering behoeven, waardoor een gerichte, gerichte onderwijsaanpak mogelijk wordt.

De YME App kan, als de antwoorden eerlijk zijn, de aan- of afwezigheid daarvan aangeven van verschillende vaardigheden, zoals: zelfvertrouwen, communicatieve vaardigheden, leiderschapsvaardigheden, creativiteit / innovatievermogen, probleemoplossend vermogen, financiële vaardigheden, ambitie, risicobereidheid gedrag. Het zelfvertrouwen en de communicatieve vaardigheden zijn ook belangrijk om geëvalueerd te worden tijdens de eerste groepsbijeenkomst met de migranten (hun niveau is te vinden in de app). Een ondernemer moet beschikken over SOCIALE VAARDIGHEDEN (om werknemers te coördineren, te bespreken met investeerders, leveranciers, enz.) en FINANCIËLE VAARDIGHEDEN (om de cashflow in zijn / haar bedrijf te begrijpen en te beheersen).

De informatie die vanuit onze app aan de trainers wordt verstrekt, is vertrouwelijk en respecteert de privacyregels.

Hoofdstuk 24 YME Stafcompetenties Jeugdwerker, mentor en trainer

Rol Doel

De jeugdwerker, trainer, mentor 'geeft' les door hun studenten (jonge migranten) te ondersteunen door ze te laten zien waar ze moeten zoeken, en ze te laten 'oefenen door te doen' en te vermijden om ze te vertellen wat ze moeten zien..

De trainer, de jeugdwerker en de mentor in deze functie zullen jonge migrantenondersteuning van hoge kwaliteit bieden, met een focus op IO2 en IO3-gids voor jonge migrantenondernemers. De rol van de jeugdwerker, mentor of trainer is om de Young Migrants in staat te stellen, te helpen en te begeleiden om een idee te ontwikkelen tot een bedrijf of een zelfgemaakte baan. Samen met elke deelnemer aan het programma stellen ze haalbare en bruikbare leerdoelen vast. De trainer, jeugdwerker en mentor zullen ervoor zorgen dat deelnemers aan het programma hun leerdoelen bereiken, geïntegreerd zijn en de deelnemer ondersteunen bij hun proces van integratie in de sociale omgeving.

Jeugdwerkers, opleiders en mentoren spelen een sleutelrol bij het helpen van migranten bij het overwinnen van problemen die ze tegenkomen in een nieuwe samenleving en bij integratie. Jeugdwerk heeft veel te bieden op het gebied van dienstverlening aan migranten en vluchtelingen. Vanuit een vaardigheidsbasis die intra- en interpersoonlijke ondersteuning integreert met de praktische aspecten van het helpen van mensen om hun weg te vinden in het socialezekerheidsstelsel, kunnen jeugdwerkers, trainers en mentoren inspelen op de complexe behoeften van jonge vluchtelingen binnen een begrip van de bredere context van familierelaties en sociale instellingen. Jeugdwerkers moeten echter de status van hun cliënt met betrekking tot hun migratieachtergrond begrijpen, zodat ze hun behoeften en angsten beter kunnen analyseren en hierop kunnen reageren. De meeste migranten en vluchtelingen zullen zich zorgen maken over het vinden van werk, het vinden van veilige huisvesting, onderwijs, taal leren, hun culturele gewoonten behouden en de lokale cultuur begrijpen, een sociaal netwerk ontwikkelen, discriminatie en racisme ervaren, enz. Daarom is het belangrijk om jongeren te ontwikkelen de kennis, vaardigheden en competenties van werknemers bij het helpen van vluchtelingen en migranten.

Bij het ontwerpen en uitvoeren van YME-coaching en mentorprogramma's voor jonge migrerende ondernemers, trainers / mentoren, moeten jeugdwerkers:

Maak gebruik van bestaande relaties met het bedrijfsleven en organisaties die samenwerken met jonge migrantengemeenschappen om het bewustzijn over coaching- en mentorinitiatieven te vergroten.

- Gebruik coaches en mentoren die zich kunnen verhouden tot verschillende profielen van migrantenondernemers
- Geef trainingen aan coaches en mentoren zodat ze de uitdagingen begrijpen waarmee migrantenondernemers worden geconfronteerd en effectief met hen kunnen communiceren
- Zorgen voor flexibiliteit in de manier waarop verschillende profielen van migranten toegang hebben tot en gebruik kunnen maken van coaching- en mentorprogramma's, ook via ons online platform en onze app
- Gebruik coaches en mentoren die ondersteuning kunnen bieden in relevante talen.
- Specificatie vaardigheidstrainer, mentor, jeugdwerker
- De kenmerken van onze ondernemende trainers, mentoren en jeugdwerkers

De 'YME GOOD PRACTICES & NEEDS ANALYSIS FINAL REPORT' benadrukte enkele kenmerken en vaardigheden voor de competenties van het personeel, zoals hieronder vermeld.

Kennis/vaardigheden

- Uitstekende interpersoonlijke, luister- en communicatieve vaardigheden, waaronder 'intercultureel' en 'fysiologisch' - Actieve luistervaardigheden, vaardigheden voor conflictbeheersing en bemiddeling, het opbouwen van een vertrouwensrelatie, het op een adequate manier kunnen informeren van migranten en vluchtelingen, het vermogen om met onbegrip om te gaan en onduidelijkheden in communicatie (om de taalbarrière te overwinnen), vaardigheden voor groepsbeheer en goed zijn in groepswerk. "Taal" wordt door de jeugdwerkers gearticuleerd als een cruciale behoefte om te zorgen voor communicatie met vluchtelingen.
- Coachings- en mentorvaardigheden, in het bijzonder met betrekking tot persoonlijke ontwikkeling en het al doende beoordelen van de ondernemerskwaliteiten
- Leiderschapsvaardigheden
- Uitstekend begrip van verschillende achtergronden en situaties en interculturele vaardigheden (in staat zijn om de verschillende behoeften van een gemeenschap bestaande uit verschillende etnische groepen te beheren, bewustzijn van culturele verschillen en deze te accepteren, beheersing van transculturele benadering, respect voor diversiteit). De meeste jeugdwerkers melden het belang van acceptatie van de verschillende culturele achtergronden en geduld als het gaat om psychologische trauma's en gebrek aan communicatie.
- Uitstekende organisatorische vaardigheden
- Geduldige en ondersteunende benadering met empathie en sociaal emotionele intelligentie om leerproblemen op te lossen om de echte behoeften van migranten te begrijpen, ruimdenkend en nieuwsgierig te zijn, creativiteit zodat jongerenwerker door middel van eerlijke communicatie erin slaagt een vertrouwensrelatie op te bouwen
- Open en gastvrije benadering
- Effectieve communicatieve en sociale vaardigheden - mondeling en schriftelijk met enthousiasme en impact. Duidelijk taalgebruik (omdat de migranten moeite kunnen hebben om een complexe taal te begrijpen)
- TaalVaardigheid in de nationale en moedertaal die gewoonlijk door deelnemer(s) wordt gebruikt
- Praktische ervaring met het leveren van inzetbaarheid en / of zakelijke vaardigheden, maar ook in de communicatie met autoriteiten en entiteiten.
- Een teamspeler
- Een gestructureerd persoon die ook flexibel is en anticipeert op veranderingen
- De vaardigheid om vertrouwelijkheid te respecteren
- Het vermogen om te motiveren en als rolmodel te fungeren
- Het vermogen om uit te gaan van gelijkheid en diversiteit
- Kennis van nationale en internationale wetgeving inzake immigratie en internationale bescherming; rechten en plichten van migranten; juridische procedures met betrekking tot de registratie van migranten en andere administratieve kwesties, daadwerkelijke en efficiënte verstrekking van informatie aan de migranten over documenten, school, werk, migranten op een adequate en efficiënte manier kunnen informeren over alle noodzakelijke stappen met betrekking tot documenten (registratieproces, goed kennis van het grondgebied en de beschikbare diensten om integratiemogelijkheden voor migranten te creëren).
- Kennis van psychologie, om te weten hoe je met getraumatiseerde mensen moet werken. Veel jeugdwerkers stellen dat weten "hoe je met getraumatiseerde mensen moet werken" een belangrijk thema en een belangrijke behoefte is.

- Werkervaring met doelgroep
- Ervaren trainer en facilitator van groepswerk
- Ervaring met het leveren van een verscheidenheid aan lesmethoden met een praktische benadering en studentgericht.
- Ervaring met het lesgeven van ondernemersvaardigheden (bijv. Bedrijfsontwikkeling)
- Ervaring met het faciliteren van leren in kleine groepen
- Passende kwalificaties en begrip van het materiaal
- Beschikken over een hoog niveau van vaardigheden en een grondige kennis van het onderwezen gebied en de situatie (minderheid, migranten, het opzetten van een bedrijf)
- Intellectueel robuust met een goed opleidingsniveau
- Een goede standaard van de lokale taal en begrip van andere culturen
- Bereidheid om training te volgen om vaardigheden te ontwikkelen
- Ervaring met instructeurs, waaronder het werken met jongeren die middelbaar onderwijs of minder hebben genoten en ervaring met het werken met ngo's gericht op het bijstaan en / of integreren van migranten
- Specifieke kennis is vereist bij het omgaan met niet-begeleide minderjarigen en intercultureel bewustzijn

Functieomschrijving

Trainers, jeugdwerkers, coaches en mentoren om zich te verhouden tot verschillende profielen van migrerende ondernemers.

Een succesvolle coaching- of mentorrelatie is afhankelijk van wederzijds vertrouwen. Gebrek aan vertrouwen kan negatieve gevolgen hebben voor de uitkomsten. Wees echter voorzichtig: de relatie kan afhankelijkheid creëren wanneer coaches en mentoren te veel betrokken raken bij de zaken van de ondernemer.

Principiële Verantwoordelijkheden

- Plan en voer activiteiten uit voor een uitgebalanceerd programma dat voldoet aan de leerdoelen met behulp van verschillende leveringsmethoden
- Stel duidelijke leerdoelen vast voor alle sessies / workshops en communiceer deze naar de deelnemers
- Geef een verscheidenheid aan workshops door presentaties te geven, het leren in kleine groepen te vergemakkelijken en coaching.
- Maak materialen en trainingsruimten klaar voor sessie-activiteiten
- Identificeer en selecteer relevante trainingsbronnen om aan de behoeften van de deelnemers te voldoen
- Zorg voor een positieve en motiverende omgeving waarin deelnemers worden aangemoedigd om actief deel te nemen aan het leerproces
- Pedagogische informatie hebben om de leerpsychologie en cognitieve processen van jongeren te begrijpen
- Mentor- en coachingsvaardigheden
- Demonstreer cultureel bewustzijn en gevoeligheid, met het vermogen om potentiële problemen op te sporen die zouden kunnen ontstaan met betrekking tot het culturele profiel van het gastland [Opmerking: ik denk dat dit nodig is vanwege mogelijke conflicten tussen verschillende culturele en maatschappelijke normen, met name met betrekking tot de rechten van vrouwen en seksuele minderheden in Europa in vergelijking met het Midden-Oosten

- Feedback op en input voor cursusmateriaal en ontwerp
- Verzamel feedback van deelnemers en synthetiseer deze in een rapport
- Beoordeel de behoeften van jonge migranten om programma's correct te plannen en uit te voeren met betrekking tot gebieden zoals werk, wet- en regelgeving voor het opzetten van een bedrijf
- Controleer en beoordeel regelmatig de kwaliteit van het lokale jeugdwerkeraanbod
- Leid gemeenschaps- en milieuprojecten, woonactiviteiten, opleidingen en in-company trainingen
- Jonge migranten ondersteunen, ook in verschillende omgevingen, inclusief werkgelegenheid.
- Mentoren en coaches ondersteunen de migranten, waarbij ze een grotere sociale inclusie aanmoedigen
- Werk samen met professionals van andere organisaties die jonge migranten ondersteunen, zoals sociale zorg, gezondheidszorg, politie, onderwijs, jeugdteams en lokale autoriteiten
- Het bijwonen van en bijdragen aan bijeenkomsten van meerdere instanties, waarbij praktijkmensen uit verschillende sectoren samenkomen
- Woon regelmatig trainings- en ontwikkelingsmogelijkheden bij om een up-to-date kennis van de ontwikkelingen op het gebied van handel en vluchtelingenbeleid te behouden
- Administreer en onderhoud effectieve registratiesystemen en reageer op vragen
- Werk samen met gezinnen van jonge migranten om steun te verwerven voor verbeterde voorzieningen en pleit voor de belangen van jonge migranten
- Businessplannen opstellen, rapporten schrijven en formele presentaties geven aan financieringsinstanties

Begeleiding van de rol van de persoonlijke mentor (jeugdwerker / trainer) binnen YME

Introductie

Het zou ideaal zijn als alle deelnemers tijdens hun training een persoonlijke mentor krijgen toegewezen. De persoonlijke mentor is een hulpmiddel van onschatbare waarde voor deelnemers. Kwaliteitsvolle mentoring is sterk afhankelijk van een goede relatie tussen mentor en student.

De Personal Mentor is er om deelnemers aan te moedigen en te ondersteunen om hun eigen belangen te behartigen - of het nu gaat om hun opleiding, werkervaring, het opzetten van een bedrijf of andere aspecten van hun leven. Persoonlijke mentoren geven begeleiding en advies, bespreken de voortgang en helpen deelnemers bij het ontwikkelen van een scala aan culturele en professionele vaardigheden.

The Personal Mentor provides each participant with a named contact, who they can talk to about their development and any personal concerns. They are therefore extremely influential in enhancing the quality of the migrant students' experience.

De persoonlijke mentor speelt een sleutelrol bij het ondersteunen van de deelnemers om zelfvertrouwen en ook hun potentieel te verwerven en om advies te geven en hen zo nodig door te verwijzen naar geschikte bronnen van advies en begeleiding. Soms kan het nodig zijn dat de mentor de deelnemers positief uitdaagt over hun voortgang, prestaties of aanwezigheid en een langdurige relatie opbouwt.

De mentor moet de verantwoordelijkheden van de deelnemers vaststellen

Het is belangrijk dat de mentor expliciet is met de deelnemers over hun verantwoordelijkheden om een succesvolle relatie te verzekeren. Benadrukt moet worden dat de relatie tussen deelnemer en organisatie (inclusief de mentor) een cliënt-dienstverlener is en dat de relatie onderhevig is aan nationale wetten. Benadrukt moet ook worden dat deze wetten zowel de klant als de dienstverlener beschermen.

Deze verantwoordelijkheden omvatten minimaal:

- Neem contact op met jouw mentor als je van tevoren weet dat je afwezig zal zijn en / of spreek een ander tijdstip af om elkaar te ontmoeten, bijvoorbeeld als je ziek bent en niet in staat bent om de training en stage te volgen
- Wees proactief in het zoeken naar ondersteuning wanneer dat nodig is
- Praat over eventuele handicap, gezondheidstoestand of religieuze en culturele belemmeringen om de juiste ondersteuning te vinden
- Meld problemen die hun aanwezigheid aantasten of een negatief effect hebben op hun voortgang
- Toon respect voor jouw collega's en personeel van hun organisatie, mentor elk ander personeelslid waarmee ze in contact komen.
- Toon respect voor de waarden en overtuigingen die bij de lokale cultuur horen en bij de culturen van leeftijdsgenoten
- Maak zo snel mogelijk een overzicht waar en wanneer uw persoonlijke mentor beschikbaar is
- Laat de mentor weten of je ondersteuning nodig hebt om problemen op te lossen die verband houden met jouw opleiding of persoonlijk leven.
- Benader uw persoonlijke mentor wanneer je daarom wordt gevraagd en bereid je constructief voor op deze bijeenkomsten. Hoewel het de verantwoordelijkheid van jouw mentor is om regelmatig bijeenkomsten op te zetten en je hiervoor uit te nodigen, is het jouw verantwoordelijkheid om ze bij te wonen. Mentoren zullen worden gevraagd een register bij te houden van alle deelnemers die deze bijeenkomsten niet bijwonen.
- Volg voor jezelf elk advies op

Het belang van de eerste ontmoeting met uw deelnemers en het assessment raamwerk

De mentor moet een basis leggen voor een goede relatie. Het is belangrijk om vanaf het begin de grenzen van de relatie duidelijk te maken:

- Ondersteuning van jonge migranten: aanmoedigen om verantwoordelijkheid te nemen voor het communiceren van hun behoeften en voor het zoeken naar passende ondersteuning.
- Identificeren van het probleem: probeer de aard van het probleem vast te stellen en ga er niet van tevoren van uit dat u weet wat het probleem is.
- Ondersteuning bieden: persoonlijke mentor kiest er vaak voor om jonge migranten zelf te ondersteunen, maar onthoud te allen tijde dat u nooit meer aanneemt dan u aan kan en verwijs de jonge migrant naar passende ondersteuning wanneer dat nodig is.
- Verduidelijk voor de deelnemer de rol van persoonlijke mentor.
- Stel vast hoe deelnemers contact kunnen opnemen met de mentor, inclusief spreekuren.
- Bespreek en spreek basisregels en grenzen voor samenwerking af.
- Vraag de deelnemers naar zichzelf, hun beslissing om aan het programma te beginnen.
- Vraag naar hun woonsituatie, accommodatie - zijn er problemen.

- Check Controleer of ze op de hoogte zijn van hun rooster (d.w.z. van training, mentorials, stage enz.)
- Moedig de deelnemers aan om zich van tevoren op hun vergaderingen voor te bereiden
- Help de deelnemer zijn eigen verantwoordelijkheden te begrijpen (voor zichzelf, de groep, uw organisatie en hun werkervaring).
- Zorg ervoor dat ze weten welke ondersteuning beschikbaar is in geval van nood. Communiceer de volgende onderwerpen aan het einde van de meeting.
- Moedig de student aan om zijn / haar reeds verworven vaardigheden, competenties en achtergrondkennis over te brengen aan leeftijdsgenoten als een aanwinst voor zijn / haar leerproces.

Evalueer de jonge ondernemer

Evalueer de deelnemers met scores van 1-10 (1 niet aanwezig - 10 uitstekend) op:

- De Ondernemers - Mind set
- Onderneming Risico Management
- Voer een vaardigheidsaudit uit
- Vaardigheden op het gebied van middelen
- Voltooiing van IDP
- Beoordeel de eigen voortgang tegen IDP
- Kenmerken van het werk
- Selectie van een project
- Een rapport schrijven
- Houd een presentatie
- Communicatie vaardigheden
- Op zoek naar een baan / start-up idee
- Solliciteren / start-up idee
- Voorbereiding op een interview / klanten / banken
- Zelfmanagementvaardigheden
- Creatief problemen oplossen
- Creative en innovatieve vaardigheden
- Op zoek naar een baan / idee
- Solliciteren voor een baan / fondsen / beurzen
- Voorbereiding op een interview met instellingen / banken etc.
- Interview vaardigheden
- Self-management vaardigheden
- Loopbaanontwikkeling

Hoofdstuk 25 YME Sessies

Het Yme-project heeft de Gids voor Jongerenwerkers geïntegreerd met de Gids voor jonge ondernemers met een migratie achtergrond. De sessieplannen die zijn ontwikkeld in de Gids voor Jongerenwerkers om de capaciteitsopbouw van ondernemers te stimuleren, zijn dus een voorbereiding en deze activiteiten van de Gids voor jongerenwerkers zijn afgestemd op de hoofdstukken van de Gids voor jonge ondernemers met een migratie achtergrond.

Vorbereidende Sessie:

Identificeer uw motivatie

Module Titel:	Identificeer uw motivatie			
Sessie nr.	Het belang van motivatie			
Duur	1 uur			
Werkwijze	Blended <input type="checkbox"/>	Face to face <input type="checkbox"/>	Online leren <input type="checkbox"/>	Afstandsonderwijs (Leer Platform) <input checked="" type="checkbox"/>
	Tijd:	Tijd:	Tijd:	Tijd: 1 uur
	Opmerkingen over de keuze: * De trainer kiest de manier waarop de cursus wordt gegeven, rekening houdend met de locatie van de geïnteresseerde studenten, de beschikbare lesruimte en middelen, de sociale situatie, enz.			
Leerdoelen	<ul style="list-style-type: none"> Begrijp het belang en de waarde van motivatie 			
Beoogde leerresultaten:	LO1: Studenten zullen het belang van motivatie kunnen identificeren en welke rol het speelt in de cursus en in hun leven LO2: Studenten zullen leren hoe ze gemotiveerd kunnen blijven			
Sessiegegevens:	Lesonderwerp:	Werkwijze(s) en instructies voor trainers:		Vereiste bron(nen):
	Introductie (optimale groeps grootte: 1-10)	<ul style="list-style-type: none"> Deze voorbereidende activiteit is erg belangrijk om te begrijpen waarom de studenten aan deze cursus deel te nemen. Het is belangrijk om dit te begrijpen, zodat de trainer hen beter kan 		<ul style="list-style-type: none"> PC / Laptop & Zoom, Teams of een ander vergelijkbaar platform (online les)



		<p>begeleiden gedurende de cursus.</p> <ul style="list-style-type: none"> - De trainer stelt zichzelf voor aan de student en legt hem / haar het doel van hun hele cursus uit 	
	<p>Activiteit 1: Presenteren van de leerdoelen van de cursus</p>	<p>- Korte presentatie van de doelstellingen van de voorbereidende sessie</p>	
	<p>Activiteit 2: Het belang van motivatie (optimale groepsgrootte: 1-10)</p>	<p>Ondernemen is een lange reis met ups en downs. Soms lukt het je; soms faalt je. Soms gaat het goed; soms gaat het fout. Soms is het gemakkelijk en soms kan het moeilijk zijn.</p> <p>Een sterk 'waarom' hebben is erg belangrijk in ondernemerschap. De studenten moeten opschrijven waarom ze ondernemer willen worden. Wat motiveert hen als ondernemer? Hebben van een eigen bedrijf? De wereld redden? Hun leven en de levens van anderen verbeteren? Geld? Tijdscontrole? Flexibiliteit? Wat het ook is, schrijf het op, onthoud het en maak het indien mogelijk visueel. Het zal een energie creëren die ze nodig hebben in goede en niet zo goede tijden.</p>	
	<p>Discussie na de activiteit</p>	<p>- de studenten zullen samen tijdens de cursus hun verwachtingen bespreken om een hechtere groep te creëren</p>	<p>- PC / laptop en specifiek online platform - online les - of een chat / forum op het Moodle-platform)</p>
<p>Evaluatie methoden</p>	<p>Informeel en niet-formeel</p>	<p>Formulier over motivatie</p>	
<p>Didactisch materiaal</p>	<p>Face to face: power point presentatie, gedrukte les, gedrukte werkbladen voor opdracht(en)</p>		
	<p>Afstandsonderwijs - Online (live) leren: PowerPoint presentatie, pdf-versie van de les, docx-werkbladen voor opdracht(en).</p>		

	Afstandsonderwijs - Moodle - Hetzelfde geldt voor het geval dat de cursus op het Moodle-platform van het project wordt geplaatst
<p><i>Aanvullende opmerkingen en tips voor trainers</i></p> <p>De motivatie altijd hoog houden is erg belangrijk voor het succes van de cursus. De trainer moet de student constant herinneren aan het belang van motivatie en hoe ze ondanks de worstelingen altijd op hun uiteindelijke doel moeten focussen</p>	

Inspirerende Sessie

Dit sessieplan van de Gids voor Jongerenwerkers heeft betrekking op Hoofdstuk 1: Inspirerende video's en films in de Gids voor jonge ondernemers met een migratie achtergrond.

Module Titel:	<i>Een ondernemersdroom</i>			
Sessie nr.1	Inspirerende video's en films			
Duur	1 uur			
Werkwijze	Blended <input type="checkbox"/>	Face to face <input type="checkbox"/>	Online leren <input type="checkbox"/>	Afstandsonderwijs (Leer Platform) <input checked="" type="checkbox"/>
		Tijd:	Tijd:	Tijd: 1 uur
	* De trainer kiest de manier waarop de cursus wordt gegeven, rekening houdend met de locatie van de geïnteresseerde studenten, de beschikbare lesruimte en middelen, de sociale situatie, enz.			
Leerdoelen	<ul style="list-style-type: none"> • Geïnspireerd raken door films en video's over de onderwerpen • Conclusies trekken uit wat je hebt gezien en gehoord en probeer ze toe te passen op je eigen idee • Persoonlijke creativiteit en ondernemersinitiatief ontwikkelen 			
Beoogde leerresultaten:	<p>L01: Studenten zullen in staat zijn om nieuwe zakelijke ideeën te identificeren en te evalueren, waarbij ze zich laten inspireren door ervaringen uit het echte leven die in films, video's en podcasts worden geportretteerd</p> <p>L02: Studenten zullen lessen kunnen trekken uit de voorgestelde video's, films en podcasts</p> <p>L03: Studenten kunnen toepassen wat ze hebben geleerd van de video's, films en podcasts</p> <p>L04: Studenten zullen creatiever zijn en in staat zijn om de real-life toepassing van zakelijke ideeën te zien</p>			



	Lesonderwerp:	Methode(n) en instructies voor trainers:	Vereiste bron (nen):
Sessiegegevens:	Introductie (optimale groep grootte:1-10)	<ul style="list-style-type: none"> - Korte introductie van de trainer over het doel van de les. - <i>Breek het ijs (voorgestelde oefening)</i> - <i>Vraag uw studenten of ze films hebben gezien die een ondernemingsdoel hebben. Degenen die films hebben gezien of ervan hebben gehoord, kunnen met de groep delen wat hun indrukken waren of waarom ze hun aandacht trokken. Op deze manier kunnen ze een discussieforum creëren dat vervolgens door de tutor wordt voortgezet tijdens de rest van de sessie.</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - PC / Laptop & Zoom, Teams of een ander vergelijkbaar platform (online les) • App Veezie.st
	Activiteit 1: Presenteren van de leerdoelen van de cursus	<ul style="list-style-type: none"> • Korte presentatie van de doelstellingen van de sessie 	
	Activiteit 2: Bouw inspiratie op door middel van inspirerende video's (optimale groeps grootte: 1-10)	<p><i>Het doel van deze sessie is om vertrouwen op te bouwen en de ondernemersmotivatie van de studenten te versterken, daarom zullen de geplande activiteiten rekening houden met deze factoren om de ondernemersreis zo goed mogelijk te starten.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - De trainer laat de studenten drie inspirerende video's zien die vervolgens door de groep worden becommentarieerd. De trainer is vrij om te kiezen welke video's hij wil laten zien, rekening houdend met de studenten, hun ambitie in ondernemerschap, de context, enz. 	<ul style="list-style-type: none"> - PC / Laptop & Zoom, Teams of een ander vergelijkbaar platform (online les) - Youtube - Guide voor Jonge migrerende ondernemers



		<ul style="list-style-type: none"> - De trainer zal, na het bekijken van de video, uitleggen waarom die specifieke video's zijn gekozen en wat het doel was. <p>De trainer kan uit <u>Annex I, Gids voor Jongerenwerkers</u> de video's kiezen om te laten zien.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Controleer op begrip en geef feedback 	
	<p>Activiteit 3: Zelfstandige praktijk van de studenten</p>	<p>Het doel van de zelfstandige praktijk is om ervoor te zorgen dat de studenten aan hun motivatie blijven werken door middel van een creatieve activiteit die hun kritisch denken stimuleert.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vraag de studenten om een van de films te bekijken die in IO3 zijn geïdentificeerd en vraag hen om aan het einde een aantal punten aan te geven: <ul style="list-style-type: none"> • Wat ze hebben begrepen • Wat heeft hen geïnspireerd • Wat ze leuk vonden en wat niet. (voor online / afstandsonderwijs en face-to-face leren) • Welke kenmerken maken deze films ondernemend? <p>Ze kunnen ervoor kiezen om te kijken:</p> <p>The Pursuit of Happiness Deze film vertelt het verhaal van Chris Gardner, een Amerikaanse zakenman en motiverende spreker. Tijdens het begin van de jaren tachtig worstelde Gardner met dakloosheid terwijl hij een zoontje opvoedde. Hij werd een</p>	<p>- PC / laptop en specifiek online platform (Zoom, Teams etc. - online les - of Moodle platform</p>



		<p>effectenmakelaar en richtte uiteindelijk zijn eigen beursvennootschap Gardner Rich & Co.</p> <p>The Social Network In 2003 vindt Harvard-student Mark Zuckerberg Facebook uit. Het wordt al snel een wereldwijd fenomeen en een revolutie in communicatie. Zes jaar later is Mark de jongste miljardair in de geschiedenis, maar niet zonder juridische complicaties. The Social Network (2010) vertelt het ondernemersverhaal van Facebook.</p> <p>Steve Jobs De film vertelt het verhaal van Icon Apple, een Amerikaanse zakenmagnaat, industrieel ontwerper, investeerder en media-eigenaar, met Syrische roots. De film is gecentreerd rond de belangrijkste presentaties van Steve Jobs, die zijn nieuwe innovatieve producten lanceert.</p> <p>Steve Jobs De film vertelt het verhaal van Icon Apple, een Amerikaanse zakenmagnaat, industrieel ontwerper, investeerder en media-eigenaar, met Syrische roots. De film is gecentreerd rond de belangrijkste presentaties van Steve Jobs, die zijn nieuwe innovatieve producten lanceert.</p> <p>The Big Short The Big Short (2015) is een ondernemersfilm, die het gevoel van de huidige #Corona #Crisis-situatie het meest weerspiegelt. Het is gebaseerd op het boek The Big Short: Inside the Doomsday Machine uit 2010, dat laat zien hoe de financiële crisis van 2007-2008 werd veroorzaakt door de huizenbubbel in de Verenigde Staten.</p>	
--	--	---	--



		<p>The Founder De film is een biografische komedie-dramafilm die het verhaal beschrijft van zijn oprichting van de fastfoodrestaurantketen McDonald's. Het legt ook uit dat, hoewel je het oorspronkelijke idee niet hebt, je andere ideeën kunt ontwikkelen en erop kunt voortbouwen en groter kunt worden!</p>	
	Discussie na de activiteit	<ul style="list-style-type: none"> • Stel de studenten vragen over wat ze tijdens de sessie hebben geleerd, en/of ze suggesties hebben voor andere ondernemende films of video's. 	<p>- PC / laptop en specifiek online platform - online les</p> <p>- of een chat / forum op het Moodle-platform)</p>
Evaluatie	Informeel en niet-formeel	Mondelinge bespreking van een van de films die ze hebben geselecteerd.	
Didactisch material	Face to face : PowerPoint presentatie, gedrukte les, gedrukte werkbladen voor opdracht (en)		
	Afstandsonderwijs - Online (live) leren: PowerPoint presentatie, pdf-versie van de les, .docx-werkbladen voor opdracht (en)		
	Afstandsonderwijs - Moodle - Hetzelfde geldt voor het geval dat de cursus op het Moodle-platform van het project wordt geplaatst		
Klas opdracht 1:	- De studenten moeten een van de films bekijken die de les voorstellen ...		
Aanvullende opmerkingen en tips voor trainers			
<p>Het belangrijkste doel van deze sessie is om de studenten te begeleiden, zodat ze op een goede manier aan hun reis naar ondernemerschap beginnen. Het is essentieel om de motivatie altijd hoog te houden en hun zelfrespect, kritisch en creatief denken op te bouwen. Daartoe kan de manier waarop ze de film die ze hebben gezien presenteren, naar eigen keuze zijn: ze kunnen een PowerPoint, een video, een geschreven presentatie, enzovoort maken.</p>			

Ondernemers Assessment Sessie

Tijdens deze sessie gaat de Gids voor Jongerenwerkers in op Hoofdstuk 2: Beoordeling van ondernemersvaardigheden van de Gids voor jonge ondernemers met een migratie achtergrond.

Module Titel:	Entrepreneurial Assessment			
Sessie nr.1	Assessment op Ondernemersvaardigheden			
Duur	1 uur			
Werkwijze	Blended <input type="checkbox"/>	Face to face <input type="checkbox"/>	Online leren <input type="checkbox"/>	Afstandsonderwijs (Learning Platform) <input type="checkbox"/>
		Tijd:	Tijd:	Tijd: 1 uur
	Opmerkingen over de keuze: <i>* De trainer kiest de manier waarop de cursus wordt gegeven, rekening houdend met de locatie van de geïnteresseerde deelnemers, de beschikbare lesruimte en middelen, de sociale situatie, enz.</i>			
Leerdoelen	<ul style="list-style-type: none"> • Begrijp de basisconcepten met betrekking tot ondernemerschap • Identificeer de kenmerken van een ondernemer • Een zelfevaluatie kunnen uitvoeren 			
Beoogde leerresultaten:	<p>L01: Studenten zullen de basisconcepten met betrekking tot ondernemerschap kunnen begrijpen</p> <p>L02: Studenten kunnen de kenmerken van een ondernemer identificeren</p> <p>L03: Studenten zullen kunnen begrijpen wat zelfevaluatie is en het belang ervan</p> <p>L04: Studenten kunnen een persoonlijke zelfevaluatie uitvoeren</p>			
Sessie gegevens:	Les onderwerp:	Methode (n) en instructies voor trainers:		Vereiste bron (nen):
	Introductie (optimale groepsgrootte kan zijn: 1-10)	<ul style="list-style-type: none"> - Korte introductie van de trainer over het doel van de les. - Breek het ijs (voorgestelde oefening) Vraag de studenten om		<ul style="list-style-type: none"> • PC / Laptop & Zoom, Teams of een ander vergelijkbaar platform



		elk een definitie van ondernemerschap te geven en aan te geven wat ondernemerschap voor hen betekent.	online les
	Activiteit 1: Presenteren van de leerdoelen van de cursus	<ul style="list-style-type: none"> • Mondelinge presentatie van de leerdoelen 	
	Activiteit 2: Ondernemerschapsdefinitie en zelfbeoordeling	<p><i>Na het starten van de ondernemersreis is het belangrijk om er de basis voor te leggen. Het is daarom belangrijk om te beginnen met de waarde van ondernemerschap en de studenten te begeleiden om hen hun ondernemende roeping te laten ontdekken.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Rekening houdend met de brainstorming in de inleiding, zal de trainer een definitie van ondernemerschap geven, rekening houdend met de definitie die in de cursus wordt gegeven. - Na de definitie vraagt de trainer de studenten om hun indrukken ervan, controleert hij of hij de definitie begrijpt en bespreekt hij de gegeven definitie. - Zodra de definitie van ondernemerschap is vastgesteld, zal de trainer uitleggen wat beoordeling is en wat het belang is van 	<ul style="list-style-type: none"> - PC / Laptop & Zoom, Teams of een ander vergelijkbaar platform online les - Gids voor jonge migrerende ondernemers



		<p>zelfbeoordeling bij ondernemerschap. De trainer kan rekening houden met het lesmateriaal wat in de cursus aanwezig is.</p> <ul style="list-style-type: none"> Controleer op begrip en geef feedback 	
	<p>Activiteit 3: Zelfstandige praktijk van de studenten</p>	<p><i>Het is belangrijk dat de studenten hun zelfevaluatie uitvoeren.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> Het YME-project heeft een zelfevaluatie platform gecreëerd dat alle stappen omvat om een volledige zelfevaluatie uit te voeren (LINK YME PLATFORM http://www.yme-platform.net/). De trainer geeft de studenten de link en ze zullen allemaal hun zelfevaluatie uitvoeren. <p>(De trainer wordt ondersteunt door het materiaal dat staat in Annex II, Gids voor Jongerenwerkers)</p>	<p>- PC / laptop en specifiek online platform (Zoom, Teams etc. - online les - of het project Moodle platform</p>
	<p>Discussie na de activiteit</p>	<ul style="list-style-type: none"> Stel de studenten vragen over wat ze tijdens de sessie hebben geleerd en of hun idee van ondernemerschap is veranderd. 	<p>- PC / laptop en specifiek online platform - online les of een chat / forum op het project Moodle-platform</p>



Evaluatie methoden	Informeel en niet-formeel	Zelfevaluatie over ondernemerschap met behulp van het YME-platform
Didactisch material	Face to face : PowerPoint-presentatie, les op papier, gedrukte werkbladen voor opdracht(en)	
	Afstandsonderwijs - Online leren: PowerPoint-presentatie, pdf-versie van de les, .docx-werkbladen voor opdracht(en)	
Klas opdracht 1:	Afstandsonderwijs - Moodle - Hetzelfde geldt voor het geval dat de cursus op het Moodle-platform van het project wordt geplaatst	
	Studenten moeten een persoonlijke zelfevaluatie uitvoeren met behulp van het YME-platform dat voor dit doel is gecreëerd	
...		
Aanvullende opmerkingen en tips voor trainers		
<p>Het is belangrijk dat de studenten actief blijven, vooral tijdens de discussie die wordt geleid door de trainer. Het is belangrijk dat alle meningen in overweging worden genomen om een constructieve dialoog op te bouwen die zowel de studenten als de trainer verrijkt.</p> <p>Het is belangrijk om de resultaten van de zelfevaluatie samen te bespreken om de studenten beter te begeleiden en hen uit te leggen wat hun resultaten waren om de zelfevaluatie echt effectief te maken.</p>		

Dromen en Ideeën Sessie

Tijdens deze sessie gaat de Gids voor Jongerenwerkers in op hoofdstuk 3: Dromen, ideeën en evaluatie van de Gids voor jonge ondernemers met een migratie achtergrond.

Module Titel:	Van dromen tot zaken		
Sessie nr.1	Dromen, ideeën en evaluatie		
	<i>Deze sessie is gebaseerd op de volgende paragrafen in hoofdstuk 3 van de Gids voor migrerende ondernemers: dromen omzetten in ideeën; het belang van een idee; het begint allemaal met het merk 'ik'; evalueer jezelf</i>		
Duur	2 uur		
Werkwijze	Blended <input type="checkbox"/>	Face to face <input type="checkbox"/>	Online leren <input type="checkbox"/>
		Afstandsonderwijs (Leer Platform) <input type="checkbox"/>	
	Tijd:	Tijd:	Tijd: 2 uur
	Opmerkingen over de keuze:		
	<i>*De trainer kiest de manier waarop de cursus wordt gegeven, rekening houdend met de locatie van de geïnteresseerde studenten, de beschikbare lesruimte en middelen, de sociale situatie, enz.</i>		



Leerdoelen	<ul style="list-style-type: none"> • Om in zijn dromen te geloven om ze uit te laten komen • Begrijpen hoe belangrijk ideeën zijn om vooruitgang te boeken • Om te weten welk bedrijf ze kunnen creëren • Om te begrijpen wie ze zijn en met wie ze zaken willen doen 		
Beoogde leerresultaten:	<p>L01: Studenten zullen nieuwe zakelijke ideeën kunnen identificeren en evalueren</p> <p>L02: Studenten zullen in staat zijn om hun ideeën in praktijk te brengen en te leren toepassen</p> <p>L03: Studenten zullen zichzelf kennen en begrijpen wat hun interesses zijn</p> <p>L04: Studenten zullen in staat zijn om te identificeren wie ze willen worden in hun bedrijf</p>		
Sessie Gegevens:	Lesonderwerp:	Methode (n) en instructies voor trainers:	Vereiste bron (nen):
	Introductie (optimale groeps-grootte kan zijn: 1-10)	<ul style="list-style-type: none"> - Korte introductie van de trainer over het doel van de les. - <i>Break the ice</i> (voorgestelde oefening) <p>Discussie: het starten van een nieuw bedrijf is een complexe zaak, hoe belangrijk vind je het om een bedrijfsidee te hebben? Heeft je er al een? Commentaar</p>	<ul style="list-style-type: none"> - PC / Laptop & Zoom, Teams of een ander vergelijkbaar platform online les
	<p>Activiteit 1: Presenteren van de leerdoelen van de cursus</p> <p>Activiteit 2: Het bedrijfsidee - van de creatie tot de implementatie</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Korte presentatie van de doelstellingen van de sessie <p><i>De sessies in hoofdstuk 3 zijn belangrijk om de studenten te laten begrijpen hoe ze een bedrijfsidee kunnen omzetten in realiteit. Het is daarom essentieel om hen in die zin te begeleiden en hen de nodige ondersteuning te bieden.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Bespreek de antwoorden en ideeën die tijdens de brainstorm worden gegeven. - In dit hoofdstuk is het belangrijk om te begrijpen hoe een idee in het echte 	<ul style="list-style-type: none"> - PC / Laptop & Zoom, Teams of een ander vergelijkbaar platform online les - Gids voor jonge migrerende ondernemers



		<p>leven kan worden toegepast. De trainer zal verwijzen naar het materiaal dat in de cursus aanwezig is en waarin het belang van de ideeën wordt gepresenteerd, hoe deze kunnen worden omgezet in realiteit en het belang van evaluatie.</p> <p>(De trainer krijgt de ondersteuning van het materiaal dat in de cursus wordt verstrekt, maar hij / zij kan kiezen hoe hij / zij het geeft: mondelinge presentatie, PowerPoint, gedrukte hand-out, enz.)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Check Controleer op begrip en geef feedback 	
	<p>Activiteit 3: Zelfstandige praktijk van de studenten</p>	<p><i>De onafhankelijke praktijk van de studenten is erop gericht hen te laten beseffen wat hun bedrijfsidee en de kenmerken ervan zijn.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Verdeel de studenten in teams en vraag hen om het belangrijkste kenmerk van hun ideale toekomstige bedrijf te identificeren en een korte presentatie voor te bereiden waarbij rekening wordt gehouden met de volgende punten: Ze zullen moeten uitleggen: <ul style="list-style-type: none"> ○ Wat willen ze creëren / bieden ○ Hoe is hun idee ontstaan? ○ Wat was het achtergrondverhaal <p>En antwoord op deze vragen:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Welke vaardigheden heb je? ○ Waar ligt je passie? ○ Wat is jouw expertisegebied? ○ Hoeveel kunt u zich veroorloven te besteden, wetende dat de meeste 	<ul style="list-style-type: none"> - PC / Laptop & Zoom, Teams of een ander vergelijkbaar platform online les



		<p>bedrijven failliet gaan?</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Hoeveel kapitaal heeft u nodig? ○ Wat voor soort levensstijl wil je leven? ○ Ben je überhaupt klaar om ondernemer te worden? 	
	Discussie na de activiteit	<ul style="list-style-type: none"> • Stel de studenten vragen over wat ze tijdens de les hebben geleerd en waarop ze zich tijdens de opdracht hebben geconcentreerd. 	<ul style="list-style-type: none"> • PC / laptop en specifiek online platform - online les - of een chat / forum op het project Moodle-platform
Evaluatie method	Informeel en niet-formeel	Mondelinge bespreking: presentatie van hun bedrijfsidee, rekening houdend met de verstrekte richtlijnen	
Didactisch materiaal	Face to face : PowerPoint PowerPoint-presentatie, les op papier, gedrukte werkbladen voor opdracht (en)		
	Afstandsonderwijs - Online leren: PowerPoint-presentatie, pdf-versie van de les, .docx-werkbladen voor opdracht (en)		
	Afstandsonderwijs - Moodle - Hetzelfde geldt voor het geval dat de cursus op het Moodle-platform van het project wordt geplaatst		
Klas opdracht 1:	<p>- Studenten moeten het belangrijkste kenmerk van hun bedrijfsidee identificeren, rekening houdend met de richtlijnen van de trainer</p> <p>...</p>		
Aanvullende opmerkingen en tips voor trainers			
<p>Deze eerste sessie presenteert de eerste 4 secties van het hoofdstuk. Het is belangrijk om de studenten te laten begrijpen hoe de discussie vervolgens in de volgende sessies zal worden gevolgd door andere informatie over het bedrijfsidee.</p> <p>Tijdens de klassikale opdracht is het belangrijk dat de trainer beschikbaar is, aangezien de deelnemers mogelijk ondersteuning nodig hebben bij het beantwoorden van hun vragen.</p> <p>De trainer kan kiezen hoe hij/zij de richtlijnen voor de klassikale opdracht geeft, daarbij ook rekening houdend met de manier waarop de cursus zal worden gegeven.</p>			

Van dromen tot zaken

De van Dromen tot zaken sessie (ook bekend als sessie 2) van de Gids voor Jongerenwerkers ondersteunt de Gids voor Jongerenwerkers bij het implementeren van Hoofdstuk 3: Het ontstaan van ideeën en doelgroep van de Gids voor jonge ondernemers met een migratie achtergrond.

Module Titel:	Van dromen tot zaken doen		
Sessie nr.2	Ontstaan van ideeën en doelgroep <i>(Deze sessie is gebaseerd op de volgende paragrafen in hoofdstuk 3 van de Gids voor migrerende ondernemers: wat is het beste voor het ontstaan van ideeën; ideeën en uw doelgroep)</i>		
Duur	2 uur		
Werkwijze	Blended <input type="checkbox"/>	Face to face <input type="checkbox"/>	Online leren <input type="checkbox"/>
		Tijd:	Tijd: 2 uur
	Afstandsonderwijs (Leer Platform) <input type="checkbox"/> Opmerkingen over de keuze: <i>*De trainer kiest de manier waarop de cursus wordt gegeven, rekening houdend met de locatie van de geïnteresseerde studenten, de beschikbare lesruimte en middelen, de sociale situatie, enz.</i>		
Leerdoelen	<ul style="list-style-type: none"> • Het belang begrijpen van het analyseren van de eigen behoeften waaraan nog niet is voldaan • Om te begrijpen waar de ideeën vandaan kunnen komen en waar u inspiratie kunt opdoen • Brainstormen • Om het idee te structureren rekening houdend met tijd en geld • Het doel begrijpen 		
Beoogde leerresultaten:	LO1: Studenten zullen situaties kunnen schetsen waaruit ze kunnen putten voor het ontstaan van ideeën LO2: Studenten kunnen potentiële zakelijke ideeën tijdens een brainstorm uiteenzetten LO3: Studenten kunnen een succesvol marktonderzoek doen om het doel te bepalen		
Sessie Gegevens:	Lesonderwerp:	Methode (n) en instructies voor trainers:	Vereiste bron (nen):
	Introductie (optimale groeps grootte: 1-10)	<ul style="list-style-type: none"> - Korte introductie van de trainer over het doel van de les. - <i>Break Breek het ijs (voorgestelde oefening)</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - PC / Laptop & Zoom, Teams of een ander vergelijkbaar platform -



		<i>Brainstormen: wat denk je dat nodig is om een bedrijfsidee te ontwikkelen?</i>	online les
	Activiteit 1: Presenteren van de leerdoelen van de cursus	- Korte presentatie van het doel van de sessie	<ul style="list-style-type: none"> - PC / Laptop & Zoom, Teams of een ander vergelijkbaar platform - online les - Gids voor jonge migrerende ondernemers
	Activiteit 2: Ontstaan van ideeën en doelgroep (optimale groeps-grootte: 1-10)	<p><i>De sessies in hoofdstuk 3 zijn belangrijk om de studenten te laten begrijpen hoe ze een bedrijfsidee kunnen omzetten in realiteit. Het is daarom essentieel om hen in die zin te begeleiden en hen de nodige ondersteuning te bieden.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Rekening houdend met de resultaten van de brainstorm zal de trainer uitleggen wat nodig is om een bedrijfsidee te creëren en hoe je je op de doelgroep kunt concentreren. - Check Controleer op begrip en geef feedback. Stel vragen om de studenten bij de les te houden <p>(De trainer krijgt de ondersteuning van het materiaal dat in de <u>Annex III, Gids voor Jongerenwerkers</u>)</p>	
Activiteit 3: Zelfstandige praktijk voor de studenten	<p><i>Een van de belangrijkste fasen bij de oprichting van een nieuw bedrijf is het identificeren van de doelgroep of klanten.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - De trainer zal uit de bijlage de oefeningen kiezen die hij/zij aan de studenten zal geven. De trainer kan ervoor kiezen om ze allemaal of alleen een selectie te geven. - Na het voltooien van de oefeningen zullen 	PC / Laptop & Zoom, Teams of een ander vergelijkbaar platform - online les	



		de studenten een presentatie moeten maken van hun doelgroep.	
	Discussie na de activiteit	<ul style="list-style-type: none"> Stel de cursisten vragen over wat ze tijdens de les hebben geleerd en waarop ze zich tijdens de opdracht hebben geconcentreerd. 	PC / Laptop & Zoom, Teams of een ander vergelijkbaar platform - online les
Evaluatie methode	Informeel en niet-formeel	Mondelinge beoordeling: presentatie van hun doelmarkt	
Didactisch materiaal	Face to face : PowerPoint PowerPoint-presentatie, les op papier, gedrukte werkbladen voor opdracht (en)		
	Afstandsonderwijs - Online leren: PowerPoint-presentatie, pdf-versie van de les, .docx-werkbladen voor opdracht (en)		
	Afstandsonderwijs - Moodle - Hetzelfde geldt voor het geval dat de cursus op het Moodle-platform van het project wordt geplaatst		
Klas opdracht 1:	-Studenten voeren de door de trainer geselecteerde oefeningen uit en creëren een presentatie van hun doelgroep ...		
Aanvullende opmerkingen en tips voor trainers			
Het identificeren van de doelgroepen is erg belangrijk om op een goede manier een nieuw bedrijf te starten. Het is belangrijk dat de trainer deze oefening herziet door de studenten feedback te geven, zodat ze kunnen begrijpen wat correct was en dat ze moeten verbeteren.			



Van dromen tot zaken 2

Deze sessie ondersteunt de Gids voor Jongerenwerkers bij de implementatie van Hoofdstuk 3: Maak het officieel en Feedback van de Gids voor jonge ondernemers met een migratie achtergrond.

Module Titel:	Van dromen tot zaken 2			
Sessie nr 1.	<p>Maak het officieel en feedback</p> <p><i>Deze sessie is gebaseerd op de volgende paragrafen in hoofdstuk 3 van de Gids voor migrerende ondernemers: willen de klanten het; meer suggesties: krijg feedback; maak het officieel en schrijf uw bedrijfsplan)</i></p>			
Duur	2 uur			
Werkwijze	Blended <input type="checkbox"/>	Face to face <input type="checkbox"/>	Online leren <input type="checkbox"/>	Afstandsonderwijs (Leer Platform) <input type="checkbox"/>
		Duur:	Duur:	Duur: 2uur
	<p>Opmerkingen over de keuze:</p> <p><i>*De trainer kiest de manier waarop de cursus wordt gegeven, rekening houdend met de locatie van de geïnteresseerde studenten, de beschikbare lesruimte en middelen, de sociale situatie, enz.</i></p>			
Leerdoelen	<ul style="list-style-type: none"> • Om het type bedrijf te kiezen • Om mensen interactie te laten hebben met het product of de dienst • Om de juiste mensen te kiezen voor feedback (geen negatieve mensen) • Om alle juridische aspecten vroegtijdig af te handelen • Om het businessplan te schrijven 			
Beoogde leerresultaten:	<p>L01: Studenten kunnen het juiste type bedrijf (BV, vennootschap, stichting, vereniging enz.)</p> <p>L02: Studenten zullen in staat zijn om de juiste mensen te identificeren om zich mee te omringen en feedback te krijgen</p> <p>L03: Studenten kunnen een checklist maken met juridische zaken om hen te ondersteunen</p> <p>L04: Studenten kunnen het bedrijf en het idee analyseren door het businessplan te schrijven</p>			



Sessie Gegevens:	Les onderwerp:	Methode (n) en instructies voor trainers:	Vereiste bron (nen):
	Introductie (optimale groeps grootte: 1-10)	<ul style="list-style-type: none"> - Korte introductie van de trainer over het doel van de les. - <i>Breek het ijs</i> (voorgestelde oefening) Brainstormen: weet jij wat feedback is? Vind je het belangrijk om feedback van jouw klanten te verzamelen? Waarom? Hoe zou je feedback verzamelen? 	PC / Laptop & Zoom, Teams of een ander vergelijkbaar platform - online les
	Activiteit 1: Presenteren van de leerdoelen van de cursus	<ul style="list-style-type: none"> • Korte presentatie van het doel van de sessie 	
	Activiteit 2: Maak het officieel en feedback	<p><i>De sessies in hoofdstuk 3 zijn belangrijk om de studenten te laten begrijpen hoe ze een bedrijfsidee kunnen omzetten in realiteit. Het is daarom essentieel om hen in die zin te begeleiden en hen de nodige ondersteuning te bieden.</i></p> <p>Rekening houdend met de resultaten van de brainstorm zal de trainer de studenten de inhoud van de les presenteren, gericht op feedback en hoe het nieuwe bedrijf officieel kan worden gemaakt.</p> <ul style="list-style-type: none"> - De trainer presenteert vervolgens de belangrijkste kenmerken van het businessplan, rekening houdend met de laatste alinea van het hoofdstuk. - Controleer op begrip en geef jouw feedback. 	<ul style="list-style-type: none"> - PC / Laptop & Zoom, Teams of een ander vergelijkbaar platform - online les - Gids voor jonge migrerende ondernemers
	Activiteit 3: Zelfstandige praktijk van de studenten	<i>Deze laatste sessie zal zich richten op feedback, hoe je deze kunt verzamelen en hoe je deze voor zakelijke doeleinden kunt gebruiken.</i>	<ul style="list-style-type: none"> - PC / Laptop & Zoom, Teams of een ander vergelijkbaar platform - online les



		<ul style="list-style-type: none"> - (Voorgestelde oefening) Rekening houdend met de gepresenteerde inhoud, zullen de studenten 10 vragen moeten maken die ze kunnen gebruiken om feedback van hun doelgroepen te krijgen. Ze zullen rekening moeten houden met alle inhoud die in de vorige lessen is gepresenteerd.. - Na het voltooien van de oefening moeten de studenten de opgestelde vragen aan de trainer voorleggen. 	
	Discussie na de activiteit	<ul style="list-style-type: none"> • Stel de studenten vragen over wat ze tijdens de les hebben geleerd en waarop ze zich tijdens de opdracht hebben geconcentreerd. 	
Evaluatie methoden	Informeel en niet-formeel	Mondelinge beoordeling: presentatie van de feedbackvragen	
Didactisch materiaal	Face to face: PowerPoint PowerPoint-presentatie, les op papier, gedrukte werkbladen voor opdracht (en)		
	Afstandsonderwijs - Online leren: PowerPoint-presentatie, pdf-versie van de les, .docx-werkbladen voor opdracht (en)		
	Afstandsonderwijs - Moodle - Hetzelfde geldt voor het geval dat de cursus op het Moodle-platform van het project wordt geplaatst		
Klas opdracht 1:	<p>- Studenten moeten 10 vragen ontwerpen om feedback op hun bedrijfsidee te krijgen</p> <p>...</p>		
Aanvullende opmerkingen en tips voor trainers			
<p>Het is belangrijk dat de trainer de individuele activiteit van de studenten volgt en indien nodig ondersteuning en suggesties geeft. Het is belangrijk om feedback te geven op de vragen die door de studenten zijn opgesteld, zodat ze kunnen begrijpen of ze deze moeten verbeteren of anders moeten maken.</p>			

Een bedrijf opzetten

Deze sessie ondersteunt de Gids voor Jongerenwerkers bij de implementatie van hoofdstuk 4 van de Gids voor jonge ondernemers met een migratie achtergrond: Het Business Model en het Business Canvas Model.

Module Titel:	Een bedrijf opzetten!			
Sessie nr.1	Het Business Model en het Business Canvas Model			
Duur	1,5 uur			
Werkwijze	Blended <input type="checkbox"/>	Face to face <input type="checkbox"/>	Online leren <input type="checkbox"/>	Afstandson- der-wijs (Leer Platform) <input type="checkbox"/>
		Tijd:	Tijd:	Tijd: 1,5 uur
Opmerkingen over de keuze: <i>*De trainer kiest de manier waarop de cursus wordt gegeven, rekening houdend met de locatie van de geïnteresseerde studenten, de beschikbare lesruimte en middelen, de sociale situatie, enz..</i>				
Leerdoelen	<ul style="list-style-type: none"> • Begrijp het bedrijfsmodel • Begrijp het Business Canvas-model • Begrijp en ontwikkel een persoonlijk Business Canvas • Om persoonlijke creativiteit en ondernemend initiatief te ontwikkelen 			
Beoogde leerresulta- ten:	<p>L01: Studenten zullen kunnen identificeren en begrijpen wat een Business Canvas is</p> <p>L02: Studenten zullen de verschillende stappen die moeten worden ondernomen om een nieuw bedrijf op te zetten, identificeren en begrijpen</p> <p>L03: Studenten kunnen toepassen wat ze hebben geleerd om een persoonlijk Business Canvas Model te creëren</p> <p>L04: Studenten zullen de sterke en zwakke punten van hun bedrijfsidee duidelijker kunnen uitleggen</p> <p>L05: Studenten kunnen hun ideeën opsplitsen en duidelijk de stappen en acties schetsen die ze moeten ondernemen om hun bedrijf op te zetten</p> <p>L06: Studenten zullen de activiteiten kunnen volgen en deze kunnen updaten met het oog op mogelijke veranderingen en ontwikkelingen</p>			



	Les onderwerp:	Methode (n) en instructies voor trainers:	Vereiste bron (nen):
Sessie Gegevens:	Introductie	<ul style="list-style-type: none"> - Korte introductie van de trainer over het doel van de les. - <i>Breek het ijs (voorgestelde oefening)</i> Brainstormen: wat denk je dat een businessmodel is? Heb je ooit gehoord van het Business Canvas-model 	<ul style="list-style-type: none"> - PC / Laptop & Zoom, Teams of een ander vergelijkbaar platform - online les
	Activiteit 1: Presenteren van de leerdoelen van de cursus	<ul style="list-style-type: none"> • Korte presentatie van het doel van de sessie 	
	Activiteit 2: Het Business Model en het Business Model Canvas (optimale groeps-groote: 1-10)	<p><i>Het opstellen van een businessplan is een van de belangrijkste stappen om een nieuw bedrijf op te richten. Het is essentieel dat de studenten dit hoofdstuk goed begrijpen om hen de basis te geven voor het opzetten van hun bedrijf. Omdat het onderwerp complex is, wordt de inhoud stap voor stap gepresenteerd in verschillende sessies.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - De trainer start de presentatie met een video waarin het Business Canvas wordt gepresenteerd. (Videotitel: Business Canvas in a Nutshell. Beschikbaar in 5 verschillende talen - Engelse versie https://www.youtube.com/watch?v=kPDCCHA1uzQ - Italiaanse versie https://www.youtube.com/watch?v=kgcWldqui6Y&t=1s - Turkse versie https://www.youtube.com/watch?v=NCGdIhfRls0 - Arabische versie https://www.youtube.com/watch?v=p82MxuaPeTs&t=2s - Roemeense versie https://www.youtube.com/watch?v=aHbQluAHZuo) - Na de video legt de trainer uit wat het businessmodel is en zal hij de onderdelen van het Business Canvas 	<ul style="list-style-type: none"> - PC / Laptop & Zoom, Teams of een ander vergelijkbaar platform - online les - Gids voor jonge migrerende ondernemers



		<p>uitsplitsen met een gedetailleerde uitleg van de inhoud en voorbeelden (ook visueel)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Controleer op begrip en geef feedback. Stel vragen aan de studenten om ze bij de les te houden. 	
	<p>Activiteit 3: Zelfstandig e praktijk van de studenten</p>	<p>Op dit punt van het leren zijn studenten nog niet klaar om hun eigen zakelijk canvas te maken. Maar om ze dit onderwerp beter te laten begrijpen, is het belangrijk om ze een onafhankelijke praktijk te laten uitoefenen.</p> <ul style="list-style-type: none"> - (voorgestelde activiteit) Vraag de studenten om rekening te houden met een bestaand bedrijf waardoor ze geïnspireerd zijn en laat ze het Business Canvas-schema invullen dat wordt aangeboden (in digitaal of papierformaat). Bij face-to-face leren kunnen de studenten in groepen worden verdeeld, maar de hoofdtak blijft dezelfde. - De studenten presenteren het canvas vervolgens aan de trainer en krijgen er feedback op. (als de activiteit in groepsverband wordt uitgevoerd, kunnen alle studenten feedback geven op het bedrijfsidee dat door hun medestudent wordt gepresenteerd) 	<p>PC / Laptop & Zoom, Teams of een ander vergelijkbaar platform - online les</p>
	<p>Discussie na de activiteit</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Stel de cursisten vragen over wat ze tijdens de sessie hebben geleerd en wat volgens hen vooral belangrijk is bij het maken van het zakelijke Canvas. 	<ul style="list-style-type: none"> - PC / Laptop & Zoom, Teams of een ander vergelijkbaar platform - online les
<p>Evaluatie methoden</p>	<p>Informeel en niet-formeel</p>	<p>Mondelinge bespreking: presentatie van zakelijk Canvas gemaakt</p>	
<p>Didactisch materiaal</p>	<p>Face to face: PowerPoint PowerPoint-presentatie, les op papier, gedrukte werkbladen voor opdracht (en)</p>		
	<p>Afstandsonderwijs - Online leren: PowerPoint-presentatie, pdf-versie van de les, .docx-werkbladen voor opdracht (en)</p>		



	Afstandsonderwijs - Moodle - Hetzelfde geldt voor het geval dat de cursus op het Moodle-platform van het project wordt geplaatst
Klas opdracht 1:	- Studenten houden rekening met een bestaand bedrijf waartoe ze geïnspireerd zijn en laten ze het Business Canvas-schema invullen dat wordt aangeboden ...
Aanvullende opmerkingen en tips voor trainers	
<p>In deze startfase houden de studenten rekening met een bestaand bedrijf om een business canvas op te bouwen. Hierdoor kunnen ze het juiste onderzoek doen en zien wat er nodig is om in de volgende sessies hun eigen business canvas te creëren. De evaluatie van de trainer is erg belangrijk in deze stap omdat het hen in staat zal stellen het onderwerp beter te begrijpen en hen in staat zal stellen hun nieuwe kennis toe te passen op hun eigen bedrijfsidee.</p>	

Ontwerpen van de Lean Start-up

Deze sessie ondersteunt de Gids voor Jongerenwerkers bij de implementatie van Hoofdstuk 4 van de Gids voor jonge ondernemers met een migratie achtergrond: Ontwerpen van de Lean Start-up.

Module Titel:	Een bedrijf opzetten!			
Sessie nr.2	Ontwerpen van de Lean Start-up (Deze sessie is gebaseerd op de volgende paragrafen in Hoofdstuk 4 van de Gids voor Migrant Ondernemers: Lean Start-up en Ontwerpen van het Business Model (in Lean Start-up); Ontwikkeling van het klantsegment)			
Duur	2 uur			
Werkwijze	Blended <input type="checkbox"/>	Face to face <input type="checkbox"/>	Online leren <input type="checkbox"/>	Afstandsonderwijs (Leer Platform) <input type="checkbox"/>
		Tijd:	Tijd:	Tijd: 2 uur
	Opmerkingen over de keuze: <i>*De trainer kiest de manier waarop de cursus wordt gegeven, rekening houdend met de locatie van de geïnteresseerde studenten, de beschikbare lesruimte en middelen, de sociale situatie, enz.</i>			
Leerdoelen	<ul style="list-style-type: none"> • Begrijp het doel en de creatie van het Lean Start-up Model • Begrijp hoe dit model kan worden gebruikt • Begrijp alle stappen en segmenten waaruit het Lean Start-up Model bestaat • Om persoonlijke creativiteit en ondernemend initiatief te ontwikkelen 			



Beoogde leerresultaten:	LO1: Studenten zullen kunnen begrijpen wat het Lean Start Up-model is en wat het doel ervan is		
	LO2: Studenten zullen de verschillende stappen die moeten worden ondernomen om een bedrijf op te richten, identificeren en begrijpen		
	LO3: Studenten zullen het geleerde kunnen toepassen om een persoonlijk Lean Start-up Model te creëren		
	LO4: Studenten zullen in staat zijn om de sterkte en zwakte van hun bedrijfsidee duidelijker te maken, met bijzondere aandacht voor de ontwikkeling van het consumentensegment		
	LO5: Studenten kunnen hun ideeën opsplitsen en duidelijk de stappen en acties schetsen die ze moeten ondernemen om hun bedrijf op te zetten en de levensvatbaarheid van hun project te testen		
Sessie Gegevens:	Lesonderwerp:	Methode (n) en instructies voor trainers:	Vereiste bron (nen):
	Introductie (optimale groeps grootte kan zijn: 1-10)	<ul style="list-style-type: none"> - Korte introductie van de trainer over het doel van de les. - <i>Breek het ijs</i> (voorgestelde oefening) - Discussie: heb je ooit gehoord van “Lean Start-up”? Wat denk je dat het betekent? 	<ul style="list-style-type: none"> - PC / Laptop & Zoom, Teams of een ander vergelijkbaar platform - online les
	Activiteit 1: Presenteren van de leerdoelen van de cursus	<ul style="list-style-type: none"> • Korte presentatie van het doel van de sessie 	<ul style="list-style-type: none"> - PC / Laptop & Zoom, Teams of een ander vergelijkbaar platform - online les
	Activiteit 2: Het Lean Start-up Model	<p><i>Deze tweede sessie van de module presenteert een aanvullende manier om een businessplan op te stellen dat effectief is om de reis naar een nieuw bedrijf correct te beginnen. Omdat het onderwerp complex is, wordt de inhoud stap voor stap gepresenteerd in verschillende sessies..</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - De trainer kan beginnen met de uitleg van het Lean Start-up-model, rekening houdend met de 2 video's die in de cursus zijn geïdentificeerd, de trainer kan ervoor kiezen om een van beide of de twee te laten zien. Geselecteerde video's: 	<ul style="list-style-type: none"> - PC / Laptop & Zoom, Teams of een ander vergelijkbaar platform - online les - Guide Gids voor jonge migranten ondernemers



		<ul style="list-style-type: none"> - Lean Start-up uitgelegd op YT: https://youtu.be/9bPgNEDdX3E Lean Start-up uitgelegd in 5 minuten: https://youtu.be/X2YoHFuWkqs - Na de presentatie van de video ('s) zal de trainer de presentatie voortzetten, rekening houdend met het materiaal dat aanwezig is in de cursus. - Controleer voor begrip • Het is belangrijk om verbale en visuele voorbeelden te geven van wat er wordt uitgelegd. De gids bevat afbeeldingen die de studenten kunnen helpen om beter te visualiseren wat er wordt uitgelegd. 	
	<p>Activiteit 3: Het Lean Start up model: Waardepropositie canvas en ontwikkeling van het klantgedeelte</p>	<p><i>Het tweede deel van de uitleg zal zich richten op het Value Proposition Canvas waarmee de student contact kan hebben met de ontwikkeling van het klantgedeelte en wat hij moet overwegen om het te bouwen.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Na de introductie en uitleg van het Lean Start-up Model zal de trainer focussen op het Waardepropositie Canvas. Om het onderwerp in te leiden kan de trainer de animatie gebruiken die in de gids wordt voorgesteld. - Na het tonen van de voorgestelde animatie zal de trainer de uitleg voortzetten, rekening houdend met het materiaal in de gids. - Controleer voor begrip • 	<ul style="list-style-type: none"> - PC / Laptop & Zoom, Teams of een ander vergelijkbaar platform - online les - Gids voor jonge migranten ondernemers
	<p>Activiteit 4: Zelfstandige praktijk van de studenten</p>	<p><i>Op dit punt, na de presentatie van het bedrijfsmodel en zijn variaties, is het punt voor de studenten om hun eigen bedrijfsmodel te creëren, gebaseerd op hun bedrijfsidee..</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - PC / Laptop & Zoom, Teams of een ander



		<ul style="list-style-type: none"> - (voorgestelde activiteit) Vraag de studenten om hun eigen bedrijfsmodel te creëren, rekening houdend met het schema in de gids (het kan aan de studenten worden verstrekt in digitaal of op papier). - De studenten presenteren het canvas vervolgens aan de trainer en krijgen er feedback op. (als de activiteit in groep wordt uitgevoerd, kunnen alle studenten feedback geven op het bedrijfsidee dat door hun mede-student wordt gepresenteerd) 	<p>vergelijkbaar platform - online les</p>
	Discussie na de activiteit	<ul style="list-style-type: none"> • Stel de studenten vragen over wat ze tijdens de sessie hebben geleerd en confronteer hoe ze hebben toegepast wat er is uitgelegd. (als de klas veel studenten heeft, kies er dan maar een paar, vraag eerst of iemand bereid is het te presenteren) 	
Evaluatie methoden	Informeel en niet-formeel	Mondelinge bespreking: presentatie van hun eigen bedrijfsmodel	
Didactisch materiaal	Face to face: PowerPoint PowerPoint-presentatie, les op papier, gedrukte werkbladen voor opdracht (en)		
	Afstandsonderwijs - Online leren: PowerPoint-presentatie, pdf-versie van de les, .docx-werkbladen voor opdracht (en)		
	Afstandsonderwijs - Moodle - Hetzelfde geldt voor het geval dat de cursus op het Moodle-platform van het project wordt geplaatst		
Klas opdracht 1:	- Studenten moeten bij het maken van hun zakelijk canvas rekening houden met hun eigen bedrijfsidee ...		
Aanvullende opmerkingen en tips voor trainers			
<p>Alle studenten moeten hun werk laten zien en ter evaluatie aan de trainer uitleggen. Het bedrijfsmodel is een van de belangrijkste stappen om een nieuw bedrijf goed te starten, het is daarom belangrijk dat de trainer de juiste feedback geeft zodat de studenten verbeteringen kunnen aanbrengen in wat ze hebben geleerd.</p>			

Monitoring en Fouten

Deze sessie van de Gids voor Jongerenwerkers ondersteunt de Gids voor jonge ondernemers met een migratie achtergrond bij het implementeren van Sessie 3 - Hoofdstuk 4: Monitoring en Fouten.

Module Titel:	Een bedrijf opzetten!			
Sessie nr.3	Monitoring en Fouten <i>(Deze sessie is gebaseerd op de volgende paragrafen in Hoofdstuk 4 van de Gids voor Migrant Ondernemers: Monitoring van de opstartvoortgang; Voorbeeld van toepassing van Lean Start-up-methode; Voorbereid zijn op vallen en opstaan)</i>			
Duur	4 uur			
Werkwijze	Blended <input type="checkbox"/>	Face to face <input type="checkbox"/>	Online leren <input type="checkbox"/>	Afstandsonderwijs (Leer Platform) <input type="checkbox"/>
		Tijd:	Tijd:	Tijd: 4 uur
	Opmerkingen over de keuze: <i>*De trainer kiest de manier waarop de cursus wordt gegeven, rekening houdend met de locatie van de geïnteresseerde studenten, de beschikbare lesruimte en middelen, de sociale situatie, enz.</i>			
Leerdoelen	<ul style="list-style-type: none"> • Leren hoe je de groei en ontwikkeling van de geïmplementeerde strategie kunt volgen • Reflecteren op de ontwikkeling van het bedrijf • Om het bedrijf te laten groeien door middel van advertentiecampagnes en de goedkeuring van vroegere klanten • Om te begrijpen wat de beste strategie is • Om het getoonde voorbeeld te volgen om een succesvol bedrijfsidee te genereren 			
Beoogde leerresultaten:	<p>L01: Studenten zullen in staat zijn om te volgen en te begrijpen hoe de gebruikte strategie werkt of moet worden gewijzigd</p> <p>L02: Studenten zullen de ontwikkeling en resultaten van het bedrijf kunnen begrijpen door middel van evaluatie van de voortgang</p> <p>L03: Studenten zullen een strategie voor 'growth engine' kunnen vinden (plakkerig, viraal of betaald)</p> <p>L04: Studenten zullen de juiste strategie voor het succes kunnen identificeren</p> <p>L05: Studenten zullen in staat zijn om een succesvol bedrijfsidee te genereren vanuit een persoonlijk probleem dat iedereen verenigt</p>			



	<p>L06: Studenten zullen kunnen leren van fouten, van hun werk houden en vervolgens plezier hebben, creatief zijn en openstaan voor verbeteringen</p> <p>L07: Vergroten van de probleemoplossende vaardigheden</p>		
Sessie Gegevens:	<p>Lesonderwerp:</p>	<p>Methode (n) en instructies voor trainers:</p>	<p>Vereiste bron (nen):</p>
	<p>Introductie (optimale groeps-grootte kan zijn: 1-10)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Korte introductie van de trainer over het doel van de les. - <i>Breek het ijs (voorgestelde oefening)</i> - <i>Samenvatting: vraag de groep om kort samen te vatten wat een bedrijfsmodel is, de componenten ervan en waarom het belangrijk is..</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - PC / Laptop & Zoom, Teams of een ander vergelijkbaar platform - online les
	<p>Activiteit 1: Presenteren van de leerdoelen van de les</p>	<p>- Korte presentatie van de doelstellingen van deze les</p>	<ul style="list-style-type: none"> - PC / Laptop & Zoom, Teams of een ander vergelijkbaar platform -online les - Gids voor jonge migrerende ondernemers
	<p>Activiteit 2: Groei, monitoring en fouten op ondernemersgebied</p>	<p><i>De laatste sessie van deze module zal zich concentreren op de stappen die volgen op het creëren van het bedrijfsmodel en de studenten informatie geven over methoden en modellen die ze kunnen gebruiken om een goede ontwikkeling van hun bedrijf te verzekeren..</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - De trainer zal stap voor stap de technieken, methoden en informatie presenteren die in de gids worden gepresenteerd met betrekking tot de groei, monitoring, vallen en opstaan van een bedrijf. - Geef voorbeelden uit de gids om een beter idee voor het toepassen te geven 	



		<ul style="list-style-type: none">- Controleer op begrip en geef feedback.	
	Activiteit 3: Zelfstandige praktijk van de studenten	<p>Voorzien welke mogelijke obstakels kunnen optreden in de reis van ondernemerschap is essentieel voor de studenten.</p> <ul style="list-style-type: none">- (Voorgestelde activiteit) Vraag de studenten zich voor te stellen wat mogelijke obstakels en fouten kunnen zijn die ze kunnen tegenkomen tijdens hun reis in het bedrijfsleven, en geef een mogelijke oplossing, en identificeer de gebieden waarop ze mogelijk ondersteuning nodig hebben en hoe ze die kunnen krijgen.- De studenten maken een korte presentatie (mondeling of met ondersteuning van digitaal materiaal) om de trainer te laten zien op welke gebieden ze mogelijk ondersteuning nodig hebben en wat hun oplossing is.	<ul style="list-style-type: none">- PC / Laptop & Zoom, Teams of een ander vergelijkbaar platform - online les
	Discussie na de activiteit	<ul style="list-style-type: none">• Stel de studenten vragen over wat ze tijdens de sessie hebben geleerd en confronteer hoe ze hebben toegepast en wat er is uitgelegd. (als de klas veel studenten heeft, kies er dan maar een paar, vraag eerst of iemand bereid is het te presenteren)	



Evaluatie methoden	Informeel en niet-formeel	Mondelinge beoordeling: presentatie van werk over obstakels en fouten en mogelijke oplossingen.
Didactisch materiaal	Face to face: PowerPoint-presentatie, les op papier, gedrukte werkbladen voor opdracht (en)	
	Afstandsonderwijs - Online leren: PowerPoint-presentatie, pdf-versie van de les, .docx-werkbladen voor opdracht (en)	
	Afstandsonderwijs - Moodle - Hetzelfde geldt voor het geval dat de cursus op het Moodle-platform van het project wordt geplaatst	
Klas opdracht 1:	- Studenten moeten zich voorstellen, en vervolgens presenteren, wat de mogelijke obstakels en fouten kunnen zijn die ze kunnen tegenkomen tijdens hun reis in het bedrijfsleven, en een mogelijke oplossing bieden, en de gebieden identificeren waarop ze mogelijk ondersteuning nodig hebben en hoe ze die kunnen krijgen. ..	
Aanvullende opmerkingen en tips voor trainers		
Het is belangrijk dat de studenten de oplossing bieden voor de mogelijke fouten die ze zich hebben voorgesteld en hoe ze ondersteuning kunnen vinden op de gebieden die ze hebben geïdentificeerd. Als ze niet één oplossing bieden, zal de trainer in de presentatie enkele ideeën aandragen om ze hun eigen oplossing te laten bouwen en bedenken.		

Ondernemerswetten

Deze sessie van de Gids voor Jongerenwerkers ondersteunt de Gids voor jonge ondernemers met een migratie achtergrond bij de implementatie van Hoofdstuk 5: Start van een bedrijf dat voldoet aan de wet.

Module Titel:	Ondernemerswetten, regels, voorschriften en belastingen		
Sessie nr.1	Start van een bedrijf dat voldoet aan de wet <i>(Deze sessie is gebaseerd op de volgende paragrafen in hoofdstuk 4 van de Gids voor migrerende ondernemers: Formeel stappenplan: Start je eigen bedrijf; voorbeelden uit elk partnerland)</i>		
Duur	2 uur		
Werkwijze	Blended <input type="checkbox"/>	Face to face <input type="checkbox"/>	Online leren <input type="checkbox"/>
		Tijd:	Tijd: 2 uur
	Opmerkingen over de keuze: <i>*De trainer kiest de manier waarop de cursus wordt gegeven, rekening houdend met de locatie van de geïnteresseerde studenten, de beschikbare lesruimte en middelen, de sociale situatie, enz.</i>		



Leerdoelen	<ul style="list-style-type: none"> • Kennis verwerven over de wet, regels en regelgeving die nodig zijn voor het opzetten van een bedrijf • Begrijpen wat er moet gebeuren om te voldoen aan de wet in 5 EU-landen. • Verwerf specifieke kennis die nodig is om een bedrijf uit te voeren 		
Beoogde leerresultaten:	<p>LO1: Studenten zullen in staat zijn om te begrijpen en te identificeren wat de rechtsvorm is, het doel ervan, de verschillende vormen, voorschriften en wetten die van toepassing zijn</p> <p>LO2: Studenten zullen begrijpen hoe ze een bedrijf officieel moeten registreren, alle voorschriften, wetten en stappen die moeten worden genomen om te registreren</p> <p>LO3: Studenten zullen de fiscale regelgeving en accountancy die in het land actief zijn, kunnen begrijpen, hoe ze werken en welke ze moeten kiezen.</p> <p>LO4: Studenten zullen begrijpen wat een businessplan is en hoe ze dit moeten schrijven</p> <p>LO5: Studenten zullen begrijpen wat een zakelijk account is, hoe ze het kunnen openen en onderhouden</p> <p>LO6: Studenten zullen milieubeschermingswetten en -regels kunnen begrijpen en vergunningen kunnen aanvragen</p> <p>LO7: Studenten zullen de bescherming van privacy / persoonlijke gegevens kunnen begrijpen, hoe het werkt, wie het moet implementeren, de toepasselijke regels</p> <p>LO8: Studenten zullen begrijpen hoe verzekeringen werken, wat voor soort verzekering ze nodig hebben</p> <p>LO9: Studenten zullen kunnen begrijpen hoe ze personeel effectief kunnen beheren</p> <p>LO10: Studenten zullen de regels en wetten met betrekking tot patenten en merken kunnen begrijpen</p>		
Sessie Gegevens:	Lesonderwerp:	Methode (n) en instructies voor trainers:	Vereiste bron (nen):
	Introductie (optimale groepsgrootte kan zijn: 1-10)	<ul style="list-style-type: none"> - Korte introductie van de trainer over het doel van de les. - <i>Breek het ijs</i> (voorgestelde oefening) Brainstormen: vraag de groep om te bespreken wat volgens hen de belangrijkste regels zijn bij het openen van een nieuw bedrijf. 	<ul style="list-style-type: none"> - PC / Laptop & Zoom, Teams of een ander vergelijkbaar platform - online les



	<p>Activiteit 1: Presenteren van de leerdoelen van de les</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Korte presentatie van de leerdoelen van de les. 	
	<p>Activiteit 2: Stap voor Stap</p>	<p><i>Deze module presenteert de wetten, regelgeving en belastingregelgeving in de EU-landen die aan het project deelnemen.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - De trainer legt de student het stappenplan voor dat in de gids wordt voorgesteld en kiest vervolgens als voorbeeld een stappenplan uit de partnerlanden die in de gids beschikbaar zijn. • Interactie met de klas om ervoor te zorgen dat ze het begrijpen en feedback geven 	<ul style="list-style-type: none"> - PC / Laptop & Zoom, Teams of een ander vergelijkbaar platform - online les - Gids voor jonge migrerende ondernemers
	<p>Activiteit 3: Zelfstandige praktijk van de studenten</p>	<p>(voorgestelde oefening) Vraag de studenten om diepgaand te analyseren en onderzoek te doen naar één specifiek aspect met betrekking tot regelgeving en wetten, ze kunnen onderzoek doen naar:</p> <ul style="list-style-type: none"> -hun land van verblijf -het land waarin ze zich willen vestigen -het land waarin ze zijn geboren -De student presenteert zijn onderzoek vervolgens aan de trainer 	<p>PC / Laptop & Zoom, Teams of een ander vergelijkbaar platform - online les</p>
	<p>Discussie na de activiteit</p>	<p>- Vraag de studenten wat ze hebben ontdekt en begrepen.</p> <p>In deze discussie is het belangrijk de rol van de trainer die de overeenkomsten en verschillen tussen de verschillende landen kan</p>	



		presenteren.	
Evaluatie methoden	Informeel en niet-formeel	Mondelinge bespreking: presentatie van het onderzoek naar wetten, regels en regelgeving voor het bedrijfsleven.	
Didactisch materiaal	Face to face: PowerPoint-presentatie, les op papier, gedrukte werkbladen voor opdracht (en)		
	Afstandsonderwijs - Online leren: PowerPoint-presentatie, pdf-versie van de les, .docx-werkbladen voor opdracht (en)		
	Afstandsonderwijs - Moodle - Hetzelfde geldt voor het geval dat de cursus op het Moodle-platform van het project wordt geplaatst		
Klas opdracht 1:	- Studenten moeten onderzoek doen naar de regels, wetten en reguleringen die van toepassing zijn op het land van keuze. De mogelijke keuzes zijn hierboven weergegeven ...		
Aanvullende opmerkingen en tips voor trainers			
Het is belangrijk om de studenten dit complexe onderwerp te laten begrijpen en het zo eenvoudig mogelijk te presenteren, waarbij technische woorden alleen worden gebruikt als het strikt noodzakelijk is. Het is belangrijk voor de trainer om de student te stimuleren en te confronteren met wat ze hebben gevonden en hen het belang van het naleven van de wet te laten inzien en wat de mogelijke nadelen zijn als ze de wetten en reguleringen van het land niet respecteren, ze hebben er immers voor gekozen om hun zaak hier te openen.			

Tips en Trucs

Deze sessie van de Gids voor Jongerenwerkers ondersteunt de Gids voor jonge ondernemers met een migratie achtergrond bij het implementeren van Sessie 1 Hoofdstuk 6: Tips en trucs voor jonge ondernemers.

Module Titel:	Tips en Trucs		
Sessie nr.1	10 Tips en trucs voor jonge ondernemers		
Duur	2 uur		
Werkwijze	Blended <input type="checkbox"/>	Face to face <input type="checkbox"/>	Online leren <input type="checkbox"/>
		Tijd:	Tijd:
	Afstandsonderwijs (Leer Platform) <input type="checkbox"/>		
	Tijd: 2 uur		
	Opmerkingen over de keuze: *De trainer kiest de manier waarop de cursus wordt gegeven, rekening houdend met de locatie van de geïnteresseerde studenten, de beschikbare lesruimte en middelen, de sociale situatie, enz.		



Leerdoelen	<ul style="list-style-type: none"> • Om in zichzelf te geloven om innovatief te worden • Om de baan te kiezen waar ze echt van houden • Weten dat er risico's zijn die moeten worden aangepakt • Om te weten dat er onderweg veranderingen zullen komen • Om mensen te kiezen die in hetzelfde project geloven en hen kunnen helpen het beter te doen • Om hun ideeën in de praktijk te brengen • Om van hun fouten te leren en het beter te doen • Om geïnformeerd te worden over hun sector voordat u begint • Wees voorzichtig met het uitgeven van geld • Om naar hun klanten te luisteren en een oplossing voor hen te vinden 		
Beoogde leerresultaten:	<p>LO1: Studenten zullen zichzelf, hun sector en hun ideeën kunnen identificeren</p> <p>LO2: Studenten zullen de beste baan voor hen en de juiste mensen kunnen kiezen</p> <p>LO3: Studenten zullen risico's kunnen kennen en onderweg kunnen veranderen</p> <p>LO4: Studenten zullen kunnen leren van hun fouten, hoe ze geld kunnen uitgeven, hoe ze klanten tevreden kunnen stellen</p>		
Sessie Gegevens:	Lesonderwerp:	Methode (n) en instructies voor trainers:	Vereiste bron (nen):
	Introductie (optimale groepsgrootte kan zijn: 1-10)	<ul style="list-style-type: none"> - Korte introductie van de trainer over het doel van de les. - <i>Breek het ijs</i> (voorgestelde oefening) Brainstormen: wat denk je dat we verwijzen naar tips & tricks? 	<ul style="list-style-type: none"> - PC/ PC / Laptop & Zoom, Teams of een ander vergelijkbaar platform - online les
	Activiteit 1: Presenteren van de leerdoelen van de cursus	<ul style="list-style-type: none"> • Korte presentatie van de doelstellingen van de les 	<ul style="list-style-type: none"> - PC / Laptop & Zoom, Teams of een ander vergelijkbaar platform - online les
Activiteit 2: 10 tips en trucs presenteren die kunnen	<i>Het doel van deze module is om de studenten tips & tricks aan te reiken die hen kunnen helpen op weg naar een nieuw bedrijf. De module is onderverdeeld in 4 sets met tips & tricks. Dit is de eerste set..</i>		<ul style="list-style-type: none"> - Gids voor jonge migrerende ondernemers



	worden gebruikt om een bedrijfsidee te identificeren en kunnen worden geïmplementeerd in de uitwerking van een businessplan	<ul style="list-style-type: none"> - De trainer zal de studenten de tips & tricks presenteren die in de gids worden genoemd. Om de sessie interessanter te maken voor de studenten, kan de trainer ervoor kiezen om het materiaal te presenteren door middel van een set animaties die speciaal voor dit doel is gemaakt. De animatie is beschikbaar in de gids en wordt ook gepresenteerd in <u>Annex IV, Gids voor jongerenwerkers</u> - Interactie met de klas - Geef voorbeelden van de toepassing van de gepresenteerde "10 tips en trucs (via animatie)" • Controleer op begrip en geef feedback 	
	Activiteit 3: In Zelfstandige praktijk van de studenten	<p><i>De trainer kan ervoor kiezen om slechts één of beide oefeningen voor onafhankelijk oefenen voor te stellen die voor deze sessie worden voorgesteld.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - (voorgestelde oefening 1) Vraag de studenten hoe ze de gevonden tips en trucs kunnen toepassen op het businessplan dat ze eerder hebben opgesteld en maak er een presentatie van waarop de trainer feedback zal geven. - (voorgestelde oefening 2) Laat de studenten de volgende video zien die in de Gids wordt genoemd https://controversycast.wixsite.com/entrepreneurjourney/tips-and-tricks en vraag de studenten om hun eigen video met tips & tricks te maken. 	<ul style="list-style-type: none"> - PC / Laptop & Zoom, Teams of een ander vergelijkbaar platform - online les
	Discussie na de activiteit	<ul style="list-style-type: none"> • Stel de studenten vragen over wat ze tijdens de sessie hebben geleerd en om te confronteren hoe ze hebben toegepast wat werd uitgelegd. (als de klas veel studenten heeft, kies er dan maar een paar, vraag eerst of iemand bereid is het te presenteren) 	
Evaluatie methoden	Informeel en niet-formeel	Mondelinge bespreking: presentatie van de toepassing van de tips en trucs of presentatie van de gemaakte video over gemaakte tips & trucs	
Didactisch materiaal	Face to face : PowerPoint-presentatie, les op papier, gedrukte werkbladen voor opdracht (en)		



	Afstandsonderwijs - Online leren: PowerPointpresentatie, pdf-versie van de les, .docx-werkbladen voor opdracht (en)
	Afstandsonderwijs - Moodle - Hetzelfde geldt voor het geval dat de cursus op het Moodle-platform van het project wordt geplaatst
Klas opdracht 1:	- Studenten moeten de gepresenteerde tips en trucs toepassen op het zakelijke canvas dat ze eerder hebben gemaakt ...
Klas opdracht 2:	- Studenten moeten hun eigen video maken over tips en trucs ...
Aanvullende opmerkingen en tips voor trainers	
De tips & tricks die in deze sessie worden gepresenteerd, werken samen om de studenten het belang van motivatie te herinneren en zullen de trainer helpen om deze waarde opnieuw over te brengen. Voor de klasopdracht nr. 2 moet de trainer de studenten begeleiden en hen de basis geven voor het maken van de video. We raden de trainer aan om een smartphone-app zoals 'InShot of WeVideo' te kiezen en deze te bekijken om de studenten vervolgens te begeleiden in het gebruik ervan.	

Ondernemer worden

Deze sessie van de Gids voor Jongerenwerkers ondersteunt de Gids voor jonge ondernemers met een migratie achtergrond bij het implementeren van Sessie 2 Hoofdstuk 6: Hoe word je een ondernemer?

Module Titel:	Tips en trucs (via animatie)			
Sessie nr.2	Hoe word je een ondernemer? Tips & Trucs			
Duur	2 uur			
Werkwijze	Blended <input type="checkbox"/>	Face to face <input type="checkbox"/>	Online leren <input type="checkbox"/>	Afstandsonderwijs (Leer Platform) <input type="checkbox"/>
		Tijd:	Tijd:	Tijd: 2 uur
	Opmerkingen over de keuze: <i>*De trainer kiest de manier waarop de cursus wordt gegeven, rekening houdend met de locatie van de geïnteresseerde studenten, de beschikbare lesruimte en middelen, de sociale situatie, enz.</i>			
Leerdoelen	<ul style="list-style-type: none"> • Over ideeën nadenken met passie en niet met oppervlakkigheid • Om een project te creëren dat problemen kan oplossen en mensen kan helpen • Om uniek te zijn door iets anders te bieden dan de concurrentie, door te luisteren naar hun klanten 			



	<ul style="list-style-type: none"> • Zelf een goed gestructureerd businessplan schrijven • Weten hoe belangrijk wettelijke eisen zijn • Om te leren hoe u financiering kunt aanvragen en krijgen • Om stap voor stap te proberen hun bedrijf op te bouwen en te laten groeien • Om te weten wanneer je een pauze moet nemen • Om dat succes te kennen dat voortkomt uit het nemen van risico's 		
<p>Beoogde leerresultaten:</p>	<p>L01: Studenten zullen weten hoe ze ideeën moeten bedenken waarin ze echt geloven</p> <p>L02: Studenten zullen in staat zijn om een zakelijk idee te creëren dat een oplossing voor een probleem zou moeten zijn</p> <p>L03: Studenten zullen hun doelwit kunnen identificeren</p> <p>L04: Studenten kunnen een goed gestructureerd businessplan opstellen</p> <p>L05: Studenten zullen in staat zijn om de juiste wettelijke vereisten te zoeken om hun bedrijf te starten</p> <p>L06: Studenten kunnen financiering aanvragen en verkrijgen om een nieuw bedrijf te starten</p> <p>L07: Studenten zullen hun bedrijf stap voor stap kunnen laten groeien</p> <p>L08: Studenten zullen hun grenzen kennen en weten wanneer ze een pauze moeten nemen</p> <p>L09: Studenten zullen risico's kunnen nemen</p> <p>L010: Studenten zullen kunnen leren van fouten</p>		
<p>Sessie Gegevens:</p>	<p>Lesonderwerp:</p>	<p>Methode (n) en instructies voor trainers:</p>	<p>Vereiste bron (nen):</p>
	<p>Introductie (optimale groepsgrootte kan zijn: 1-10)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Korte introductie van de trainer over het doel van de les. - <i>Breek het ijs</i> (voorgestelde oefening) Brainstormen: wat denk je dat nodig is om een succesvolle ondernemer te worden? 	<ul style="list-style-type: none"> - PC / Laptop & Zoom, Teams of een ander vergelijkbaar platform - online les
	<p>Activiteit 1: Presenteren van de leerdoelen van de cursus</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Korte presentatie van de doelstellingen van de cursus 	<ul style="list-style-type: none"> - PC/ PC / Laptop & Zoom, Teams of



	<p>Activiteit 2: 10 tips en trucs presenteren die kunnen worden gebruikt om te begrijpen hoe u een ondernemer kunt worden</p>	<ul style="list-style-type: none"> - De trainer zal de tweede set tips & trucs presenteren die te maken hebben met “hoe je ondernemer wordt”. De trainer kan voor de uitleg rekening houden met de inhoud die in de Gids wordt genoemd. - Interactie met de klas - Presenteer de klas een of meer succesvolle verhalen van migrantenondernemers die in de Gids worden genoemd. <ul style="list-style-type: none"> • Controleer op begrip en geef feedback 	<p>een ander vergelijkbaar platform - online les</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gids voor jonge migrerende ondernemers
	<p>Activiteit 3: Zelfstandige praktijk van de studenten</p>	<ul style="list-style-type: none"> • (voorgestelde oefening) Vraag de studenten om het verhaal van een migrerende ondernemer te onderzoeken en er een presentatie van te maken, waarbij ook wordt aangegeven wat van hun verhaal invloed op hen had en waarom. De trainer evalueert de presentatie. 	<ul style="list-style-type: none"> - PC / Laptop & Zoom, Teams of een ander vergelijkbaar platform - online les
	<p>Discussie na de activiteit</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Stel de studenten vragen over wat ze tijdens de les hebben geleerd 	
Evaluatie methoden	<p>Informeel en niet-formeel</p>	<p>Mondelinge terugblik: presentatie over de door hen gekozen migrerende ondernemer</p>	
Didactisch materiaal	<p>Face to face : PowerPoint-presentatie, les op papier, gedrukte werkbladen voor opdracht (en)</p>		
	<p>Afstandsonderwijs - Online leren: PowerPointpresentatie, pdf-versie van de les, .docx-werkbladen voor opdracht (en)</p>		
	<p>Afstandsonderwijs - Moodle - Hetzelfde geldt voor het geval dat de cursus op het Moodle-platform van het project wordt geplaatst</p>		
Klas opdracht 1:	<p>- Studenten moeten een nieuw bedrijfsidee identificeren op basis van de elementen die tijdens de les zijn geleerd</p> <p>...</p>		



Klas opdracht 2:	- Studenten moeten onderzoek doen naar een migrerende ondernemer en een presentatie over hem / haar maken en aangeven wat hun verhaal hen inspireerde ...
Aanvullende opmerkingen en tips voor trainers Deze sessie draagt bij aan het hoog houden van de motivatie. Het is voor hen belangrijk om onderzoek te doen en hun motivatie te blijven versterken.	

Bedrijfsplanning

Deze sessie van de Gids voor Jongerenwerkers ondersteunt de Gids voor jonge ondernemers met een migratie achtergrond bij het implementeren van Sessie 3 Hoofdstuk 6: Rond bedrijfsplanning.

Module Titel:	Tips en trucs (via animatie)			
Sessie nr.3	10 tips en trucs voor bedrijfsplanning			
Duur	2 uur			
Werkwijze	Blend ed <input type="checkbox"/>	Face to face <input type="checkbox"/>	Online leren <input type="checkbox"/>	Afstandsonderwijs (Leer Platform) <input type="checkbox"/>
	Tijd:	Tijd:	Tijd:	Tijd: 2 uur
Leerdoelen	<p>Opmerkingen over de keuze:</p> <p><i>*De trainer kiest de manier waarop de cursus wordt gegeven, rekening houdend met de locatie van de geïnteresseerde studenten, de beschikbare lesruimte en middelen, de sociale situatie, enz.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> Om zakenpartner aan te trekken Om gedetailleerde marktinformatie te verkrijgen Om te kunnen vergelijken met concurrenten Om aandacht te besteden aan de details om mensen in het bedrijf te laten geloven Om een zakelijk idee te creëren dat uniek is Om financiële informatie nauwkeurig en bruikbaar te maken Om de samenvatting realistisch en heel specifiek te maken Om de beste bedrijfsadviseur te vinden voor een second opinion 			



Beoogde leerresultaten:	L01: Studenten kunnen zakenpartners zoeken		
	L02: Studenten zullen in staat zijn om gedetailleerde marktinformatie te doorzoeken		
	L03: Studenten zullen een duidelijke strategie kunnen hebben om te vergelijken met de concurrentie		
	L04: Studenten kunnen alle details controleren		
	L05: Studenten zullen een onvergelijkbare kans kunnen ontwikkelen		
	L06: Studenten zullen financiële informatie kunnen corrigeren		
	L07: Studenten zullen de samenvatting zeer sterk, gedetailleerd en specifiek kunnen maken		
	L08: Studenten zullen de beste bedrijfsadviseur kunnen kiezen voor een second opinion		
Sessie Gegevens:	Les onderwerp:	Methode (n) en instructies voor trainers:	Vereiste bron (nen):
	Introductie	<ul style="list-style-type: none"> - Korte introductie van de trainer over het doel van de les. - <i>Breek het ijs</i> (voorgestelde oefening) Discussie - u hebt allemaal al bestudeerd wat een businessplan is en hebt er ervaring mee, welke elementen zijn het moeilijkst te identificeren? Welk gedeelte is volgens u het meest waardevol voor uw doel? Welk gedeelte moet volgens u worden verbeterd? 	PC / Laptop & Zoom, Teams of een ander vergelijkbaar platform - online les
	Activiteit 1: Presenteren van de leerdoelen van de cursus	<ul style="list-style-type: none"> • Korte presentatie van de doelstellingen van de cursus 	<ul style="list-style-type: none"> - PC / Laptop & Zoom, Teams of een ander vergelijkbaar platform - online les
	Activiteit 2: Presenteren van 10 tips en trucs die kunnen worden gebruikt om te	<ul style="list-style-type: none"> - De trainer zal de student de derde set tips en trucs presenteren: "10 tips en trucs rond bedrijfsplanning" met behulp van de inhoud in de gids <p>Interactie met de klas en controleren op begrip</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Gids voor jonge migrerende ondernemers



	begrijpen hoe u een bedrijfsplan kunt maken		
	Activiteit 3: Zelfstandige praktijk van de studenten	<ul style="list-style-type: none"> - (voorgestelde oefening) Rekening houdend met de video die wordt getoond voor de eerste sessie van deze module (https://controversycast.wixsite.com/entrepreneurjourney/tips-and-tricks vraag de studenten om hun eigen video over bedrijfsplanning te maken. <ul style="list-style-type: none"> • De trainer geeft vervolgens feedback op de gemaakte video's. 	PC / Laptop & Zoom, Teams of een ander vergelijkbaar platform - online les
	Discussie na de activiteit	- stel de studenten vragen over wat ze tijdens de les hebben geleerd	
Evaluatie methoden	Informeel en niet-formeel	Mondelinge bespreking: presentatie van de video over tips & tricks	
Didactisch materiaal	Face to face: PowerPoint-presentatie, les op papier, gedrukte werkbladen voor opdracht (en)		
	Afstandsonderwijs - Online leren: PowerPointpresentatie, pdf-versie van de les, .docx-werkbladen voor opdracht (en)		
	Afstandsonderwijs - Moodle - Hetzelfde geldt voor het geval dat de cursus op het Moodle-platform van het project wordt geplaatst		
Klas opdracht 1:	- Studenten moeten hun eigen video maken met tips en trucs voor bedrijfsplanning ...		
Aanvullende opmerkingen en tips voor trainers			
<p>Voor de Klasopdracht moet de trainer de studenten begeleiden en hen de basis geven voor het maken van de video. We raden de trainer aan om een smartphone-app zoals InShot of WeVideo te kiezen en deze te bekijken om de studenten vervolgens naar hun gebruik te begeleiden.</p>			

Succesvol ondernemerschap

Deze sessie van de Gids voor Jongerenwerkers ondersteunt de Gids voor jonge ondernemers met een migratie achtergrond bij het implementeren van Sessie 4 Hoofdstuk 6: Succesvol zijn als ondernemer.

Module Titel:	Tips en trucs (via animatie)			
Sessie nr.4	Titel: 10 tips en trucs om succesvol te zijn als ondernemer			
Duur	2 uur			
Werkwijze	Blended <input type="checkbox"/>	Face to face <input type="checkbox"/>	Online leren <input type="checkbox"/>	Afstandsonderwijs (Leer Platform) <input type="checkbox"/>
		Tijd:	Tijd:	Tijd: 2 uur
	Opmerkingen over de keuze: * De trainer kiest de manier waarop de cursus wordt gegeven, rekening houdend met de locatie van de geïnteresseerde studenten, de beschikbare lesruimte en middelen, de sociale situatie, enz.			
Leerdoelen:	<ul style="list-style-type: none"> • Om een gedegen en volledige bedrijfsplanning te maken • Om de cashflow te controleren, niet te mislukken en het inhuren van een tussenpersoon • Om een bedrijfsidee te promoten met niet dure middelen • Om mensen te kiezen die hetzelfde standpunt hebben • Om het beter te doen 			
Beoogde leerresultaten:	<p>L01: Studenten zullen een gedetailleerd en constant businessplan kunnen opstellen om niets te vergeten</p> <p>L02: Studenten kunnen een cashflow voorbereiden</p> <p>L03: Studenten zullen in staat zijn om elke geldtransitie te controleren om ervoor te zorgen dat ze een tussenpersoon inhuren</p> <p>L04: Studenten zullen hun mentor kunnen vertrouwen</p> <p>L05: Studenten kunnen een klein budget gebruiken om bedrijfsideeën op sociaal gebied te promoten</p> <p>L06: Studenten zullen een evenwicht kunnen vinden tussen werk en privéleven</p> <p>L07: Studenten zullen in staat zijn om een teamwerk te creëren waarin mensen met rust werken</p> <p>L08: Studenten zullen in hun teamwork les kunnen geven en leren</p>			



LO9: Studenten zullen hun geest kunnen openen om het beter te doen			
Lesonderwerp:		Methode (n) en instructies voor trainers:	Vereiste bron (nen):
Sessie Gegevens:	Introductie (optimale groeps-grootte kan zijn: 1-10)	<ul style="list-style-type: none"> - Korte introductie van de trainer over het doel van de les. - <i>Breek het ijs</i> (voorgestelde oefening) Discussie: als je aan het woord "ondernemer" denkt, wie is de eerste persoon die in je opkomt? Waarom? 	PC / Laptop & Zoom, Teams of een ander vergelijkbaar platform (online lesgeven)
	Activiteit 1: Presenteren van de leerdoelen van de cursus	<ul style="list-style-type: none"> • Korte presentatie van de doelstellingen van de les 	
	Activiteit 2: 10 tips en trucs presenteren die kunnen worden gebruikt om te begrijpen hoe je als ondernemer succesvol kunt zijn	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Deze sessie richt zich op succes, het is belangrijk om te begrijpen hoe de studenten als succes beschouwen en wat succes werkelijk betekent in ondernemerschap. Daarom is het belangrijk om eerst de resultaten van de brainstorm in overweging te nemen.</i> • Controleer op begrip en geef feedback. Stel vragen aan de studenten om ze tijdens de les wakker te houden 	<ul style="list-style-type: none"> - PC / Laptop & Zoom, Teams of een ander vergelijkbaar platform - online les - Gids voor jonge migrerende ondernemers
	Activiteit 3: Zelfstandige praktijk van de studenten	<ul style="list-style-type: none"> - (voorgestelde oefening) Vraag de studenten om een presentatie te houden over de succesvolle ondernemer die ze hebben geïdentificeerd in de discussie voorafgaand aan de sessie en vraag hen om te hypostaseren welke van de opgesomde tips en trucs door hen 	PC / Laptop & Zoom, Teams of een ander vergelijkbaar platform - online les



		<p>werden gebruikt. De trainer geeft feedback op de presentatie</p>	
	Discussie na de activiteit	<ul style="list-style-type: none"> stel de studenten vragen over wat ze tijdens de les hebben geleerd 	
Evaluatie methoden	Informeel en niet-formeel	Mondelinge bespreking: presentatie van de succesvolle ondernemer die ze hebben gekozen	
Didactisch materiaal	Face to face: PowerPoint-presentatie, les op papier, gedrukte werkbladen voor opdracht (en)		
	Afstandsonderwijs - Online leren: PowerPointpresentatie, pdf-versie van de les, .docx-werkbladen voor opdracht (en)		
	Afstandsonderwijs - Moodle - Hetzelfde geldt voor het geval dat de cursus op het Moodle-platform van het project wordt geplaatst		
Klas opdracht 1:	<p>- Studenten moeten een succesvolle ondernemer identificeren, zijn / haar kenmerken beschrijven en hypostaseren welke van de genoemde tips en trucs door hen zijn gebruikt</p> <p>...</p>		
Aanvullende opmerkingen en tips voor trainers			
Deze sessie is belangrijk om het werk aan motivatie voort te zetten, waarmee bij elke sessie altijd rekening moet worden gehouden.			

Falen

Deze sessie van de Gids voor Jongerenwerkers ondersteunt de Gids voor jonge ondernemers met een migratie achtergrond bij het implementeren van Sessie 1 Hoofdstuk 7: Top 10 van Fail.

Module Titel:	Falen – Eerste poging tot Leren			
Sessie nr.1	Top 10 van mislukken - Meer mislukken			
Duur	2 uur			
Werkwijze	Blended <input type="checkbox"/>	Face to face <input type="checkbox"/>	Online leren <input type="checkbox"/>	Afstandsonderwijs (Leer Platform) <input type="checkbox"/>
		Tijd:	Tijd:	Tijd: 2 uur
<p>Opmerkingen over de keuze:</p> <p>* De trainer kiest de manier waarop de cursus wordt gegeven, rekening houdend met de locatie van de geïnteresseerde studenten, de beschikbare lesruimte en middelen, de sociale situatie, enz.</p>				



Leerdoelen	<ul style="list-style-type: none"> Begrijp welke fouten er gemaakt kunnen worden tijdens het oprichten van een bedrijf Begrijp hoe u de mogelijke fouten kunt corrigeren 		
Beoogde leerresultaten:	<p>LO1: Studenten kunnen alle stappen identificeren die moeten worden genomen om een nieuw bedrijf te starten</p> <p>LO2: Studenten zullen alle mogelijke fouten die kunnen worden aangetroffen bij het opzetten van een bedrijf identificeren</p> <p>LO3: Studenten leren hoe ze een oplossing moeten programmeren</p> <p>LO4: Studenten zullen hun probleemoplossende vaardigheden vergroten</p>		
Sessie Gegevens:	Les onderwerp:	Methode (n) en instructies voor trainers:	Vereiste bron (nen):
	Introductie (optimale groepsgroote: 1-10)	<ul style="list-style-type: none"> Korte introductie van de trainer over het doel van de les. <i>Breek het ijs</i> (voorgestelde oefening) Discussie: wat vind je van mislukking in ondernemerschap? Heeft u enkele voorbeelden? Wat betekent falen voor jou? 	PC / Laptop & Zoom, Teams of een ander vergelijkbaar platform - online les
	Activiteit 1: Presenteren van de leerdoelen van de cursus	<ul style="list-style-type: none"> Korte presentatie van de doelstellingen van de les 	<ul style="list-style-type: none"> PC / Laptop & Zoom, Teams of een ander vergelijkbaar platform - online les Gids voor jonge migreren de ondernemers
	Activiteit 2: Introduceren de F.a.i.l die in de cursus zijn geïdentificeerd	<p><i>Falen is een belangrijk onderwerp waarmee studenten het hoofd moeten bieden, om hen realistischer voor te bereiden op de wereld van ondernemerschap. Het is belangrijk om hen het onderwerp met aandacht voor te leggen om hun motivatie niet in gevaar te brengen.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> Rekening houdend met de ideeën uit de discussie, zal de trainer alle F.A.I.L. vermeld in de Gids presenteren en becommentariëren nadat hij de volgende geïdentificeerde video heeft voorgesteld https://controversycast.wixsite.com/entrepreneurjourney/top-10-fails . Om de studenten beter te laten begrijpen wat falen is en hoe falen in werkelijkheid een noodzakelijke stap is om succes te 	



		<p>bereiken, is het belangrijk hen enkele concrete voorbeelden van falen te geven. Enkele voorbeelden van falen zijn aanwezig in de gids, andere worden gepresenteerd in het <u>Annex V, Gids voor jongerenwerkers</u> van pag 91 (in de vorm van schriftelijke getuigenissen / verhalen of video's). De trainer kan uit de gegeven lijst degene kiezen die het beste bij zijn / haar perspectief van de cursus past.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Controleer op begrip en geef feedback 	
	<p>Activiteit 3: Zelfstandige praktijk van de studenten</p>	<p>De trainer kan kiezen uit de voorgestelde activiteiten:</p> <ul style="list-style-type: none"> - (voorgestelde oefening 1) Vraag de studenten om voor elk van de gepresenteerde fouten een oplossing te vinden. Er zijn meerdere oplossingen mogelijk. Ze kunnen ook rekening houden met het businessplan dat ze in de vorige lessen hebben opgesteld. <p>(voorgestelde oefening 2) Vaak gebeurt het mislukken omdat het doel niet op de juiste manier werd geïdentificeerd. Om dit te doen kan de trainer rekening houden met de <u>Annex VI, Gids voor jongerenwerkers</u> pag 97 die SMART-doelstellingen presenteert: wat ze zijn en hoe ze kunnen worden geproduceerd. De bijlage bevat ook oefeningen die aan de studenten kunnen worden voorgesteld om ze te laten produceren en hun eigen doelstellingen te bepalen</p>	<ul style="list-style-type: none"> - PC / Laptop & Zoom, Teams of een ander vergelijkbaar platform - online les
	<p>Discussie na de activiteit</p>	<ul style="list-style-type: none"> • bespreek met de groep het thema van de les, wat ze hebben geleerd en wat hun mening is over het onderwerp na de sessie. 	
	<p>Evaluatie methoden</p> <p>Informeel en niet-formeel</p>	<p>Presentatie over de gevonden oplossing voor de gepresenteerde mislukkingen</p> <p>Feedback op de oefeningen over voorgestelde SMART-doelstellingen</p>	
	<p>Didactisch materiaal</p>	<p>Face to face: PowerPoint-presentatie, les op papier, gedrukte werkbladen voor opdracht (en)</p> <p>Afstandsonderwijs - Online leren: PowerPointpresentatie, pdf-versie van de les, .docx-werkbladen voor opdracht (en)</p> <p>Afstandsonderwijs - Moodle - Hetzelfde geldt voor het geval dat de cursus op het Moodle-platform van het project wordt geplaatst</p>	



Klas opdracht 1:	- De studenten moeten een of meer oplossingen bedenken voor elk van de geïdentificeerde fouten. Ze moeten deze oplossingen vervolgens aan de trainer en andere studenten presenteren ...
Klas opdracht 2:	Studenten moeten de oefeningen uitvoeren over SMART-doelstellingen die in de bijlage worden voorgesteld ...
Aanvullende opmerkingen en tips voor trainers	
<p>Het is belangrijk dat de studenten de oplossingen zoeken die ze hebben gevonden om de ontwikkeling van probleemoplossende vaardigheden te vergroten. De klas opdracht 2 behandelt het onderwerp SMART-doelstellingen. Als de trainer ervoor kiest om deze activiteit uit te voeren, moet hij / zij het onderwerp van tevoren voorbereiden, rekening houdend met het gegeven materiaal en ook onderzoek doen of de steun zoeken van professionals zoals coaches.</p>	

Netwerken

Deze sessie van de Gids voor Jongerenwerkers ondersteunt de Gids voor jonge ondernemers met een migratie achtergrond bij het implementeren van Sessie 1 Hoofdstuk 8: Tien tips en trucs om te netwerken.

Module Titel:	Hoe te netwerken?			
Sessie nr.1	10 netwerktips en -trucs - Tien tips en trucs om te netwerken			
Duur	1 uur			
Werkwijze	Blended <input type="checkbox"/>	Face to face <input type="checkbox"/>	Online leren <input type="checkbox"/>	Afstandsonderwijs (Leerplatform) <input type="checkbox"/>
		Tijd:	Tijd:	Tijd: 1 uur
	<p>Opmerkingen over de keuze:</p> <p><i>* De trainer kiest de manier waarop de cursus wordt gegeven, rekening houdend met de locatie van de geïnteresseerde studenten, de beschikbare lesruimte en middelen, de sociale situatie, enz.</i></p>			
Leerdoelen	<ul style="list-style-type: none"> • Begrijp het belang van een netwerk • Begrijp wat u moet volgen en wat u moet vermijden bij het opzetten van netwerken • Begrijp hoe u nieuwe contacten kunt benaderen 			



Beoogde leerresultaten:	L01: Studenten zullen het belang van een netwerk kunnen begrijpen		
	L02: Studenten zullen kunnen begrijpen hoe een netwerk kan worden gecreëerd		
	L03: Studenten zullen in staat zijn om nieuwe contacten te benaderen		
	L04: Studenten zullen begrijpen wat ze moeten volgen en wat ze moeten vermijden om een netwerk van contacten te creëren		
	L05: De student begrijpt hoe hij contact kan houden met zijn netwerk		
Sessie Gegevens:	Lesonderwerp:	Methode (n) en instructies voor trainers:	Vereiste bronnen):
	Introductie (optimale groeps grootte: 1-10)	<ul style="list-style-type: none"> - Korte introductie van de trainer over het doel van de les. • <i>Breek het ijs</i> (voorgestelde oefening) Brainstormen: wat denk je dat een netwerk is? Hoe denk je dat er een netwerk kan ontstaan? 	PC / Laptop & Zoom, Teams of een ander vergelijkbaar platform - online les
	Activiteit 1: Presenteren van de leerdoelen van de cursus	<ul style="list-style-type: none"> • Korte presentatie van het doel van de sessie 	
	Activiteit 2: Netwerktips en -trucs	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Deze sessie gaat over netwerken, wat de sleutel is voor een nieuw bedrijf om het klantgedeelte en mogelijke partners op te bouwen.</i> - De trainer zal, rekening houdend met het materiaal dat in de gids wordt gepresenteerd, de studenten uitleggen waarom het belangrijk is om een netwerk te creëren en hoe ze contact met hen kunnen houden. - Hij / zij zal dan de geïdentificeerde netwerktips en -trucs presenteren. - Controleer op begrip en geef feedback • (voorgestelde oefening) om de studenten te laten begrijpen hoe ze het ijs 	<ul style="list-style-type: none"> - PC / Laptop & Zoom, Teams of een ander vergelijkbaar platform - online les - Gids voor jonge migrerende ondernemers



		<p>moeten breken, een belangrijke fase om het netwerkproces op gang te brengen, kan de trainer de "menselijke bingo-oefening" aan de groep voorstellen. In deze oefening stellen de deelnemers vrijelijk de vragen die in het formulier worden voorgesteld (<u>Annex VII</u>, Gids voor Jongerenwerkers, pag 100) het verzamelen van informatie van de groep. De eerste die het formulier met alle informatie invult, zegt 'Bingo' en het spel stopt. De eerste student die klaar is, legt vervolgens uit wat hij / zij heeft ontdekt over de groepsleden.</p>	
	<p>Activiteit 3: Zelfstandige praktijk van de studenten</p>	<p><i>De trainer kan kiezen uit de volgende voorgestelde oefeningen:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - (voorgestelde oefening 1) Vraag de studenten om in maximaal 30 seconden een video te maken waarin ze hun bedrijfsidee uitleggen - (voorgestelde oefening 2) Vraag de studenten zich voor te stellen dat ze een bekend persoon / ondernemer kunnen bereiken, hoe kunnen ze het gesprek beginnen en uitvoeren? De studenten moeten: <ul style="list-style-type: none"> o Creëer een doelstelling: wat willen ze van die persoon weten? Of welke informatie / ondersteuning hebben ze van hen nodig? <p>Bereid 10 vragen voor om te bereiken wat ze willen weten</p>	<p>PC / Laptop & Zoom, Teams of een ander vergelijkbaar platform - online les</p>
	<p>Discussie na de activiteit</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Stel de studenten vragen over wat ze tijdens de sessie hebben geleerd, als ze nog andere tips en trucs hebben voor het maken van een 	<ul style="list-style-type: none"> • PC / laptop en specifiek online platform - online



		netwerk.	lesgeven - of een chat / forum op het project Moodle- platform
Evaluatie methoden	Informeel en niet-formeel	<ul style="list-style-type: none"> - Presentatie van de gemaakte video - Mondelinge bespreking van de gestelde vragen 	
Didactisch materiaal	Face to face: PowerPoint-presentatie, les op papier, gedrukte werkbladen voor opdracht (en)		
	Afstandsonderwijs - Online leren: powerpointpresentatie, pdf-versie van de les, .docx-werkbladen voor opdracht (en)		
	Afstandsonderwijs - Moodle - Hetzelfde geldt voor het geval dat de cursus op het Moodle-platform van het project wordt geplaatst		
Klas opdracht 1:	<ul style="list-style-type: none"> - Studenten maken een video van 30 seconden waarin ze hun bedrijfsidee toelichten. ... 		
Klas opdracht 2:	<ul style="list-style-type: none"> - Studenten moeten zich voorstellen een beroemd persoon te ontmoeten en voor het eerst met hem / haar in contact komen. Ze moeten een doel stellen voor de communicatie en 10 vragen voorbereiden om dit te bereiken. ... 		
Aanvullende opmerkingen en tips voor trainers			
<p>Het is belangrijk dat de studenten niet alleen begrijpen hoe een netwerk kan worden gecreëerd, maar ook hoe ze contact kunnen houden met hun netwerk.</p>			



Marketing

Deze sessie van de Gids voor Jongerenwerkers ondersteunt de Gids voor jonge ondernemers met een migratie achtergrond bij het implementeren van Sessie 1 Hoofdstuk 9: Wat is marketing? Marketingtips en -trucs.

Module Titel:	Marketing en communicatie			
Sessie nr.1	Titel: Wat is marketing? Marketingtips en -trucs			
Duur	1 uur			
Werkwijze	Blended <input type="checkbox"/>	Face to face <input type="checkbox"/>	Online leren <input type="checkbox"/>	Afstandsonderwijs (Leerplatform) <input type="checkbox"/>
		Tijd:	Tijd:	Tijd: 1 uur
	Opmerkingen over de keuze: <i>* De trainer kiest de manier waarop de cursus wordt gegeven, rekening houdend met de locatie van de geïnteresseerde studenten, de beschikbare lesruimte en middelen, de sociale situatie, enz.</i>			
Leerdoelen	<ul style="list-style-type: none"> • Begrijp wat marketing is • Begrijp de belangrijkste stappen voor het opzetten van een marketingcampagne • Begrijp het belang van branding 			
Beoogde leerresultaten:	<p>L01: Studenten zullen kunnen begrijpen wat marketing is</p> <p>L02: Studenten zullen de basis van marketing kunnen identificeren</p> <p>L03: Studenten zullen het belang van branding kunnen begrijpen</p> <p>L04: Studenten zullen de belangrijkste stappen begrijpen om een zakelijke campagne te maken</p> <p>L05: Studenten zullen de trends kunnen volgen en waar ze rekening mee moeten houden in hun marketingstrategie</p>			
Sessie Gegevens:	Lesonderwerp:	Methode (n) en instructies voor trainers:		Vereiste bronnen:
	Introductie (optimale groepsgrootte kan zijn: 1-10)	<ul style="list-style-type: none"> - Korte introductie van de trainer over het doel van de les. - <i>Breek het ijs</i> (voorgestelde oefening) Discussie: vraag uw studenten om uit te drukken wat ze begrijpen met het woord 'marketing' 		PC / Laptop & Zoom, Teams of een ander vergelijkbaar platform (online lesgeven)



	<p>Activiteit 1: Presenteren van de leerdoelen van de cursus</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Korte presentatie van de doelstellingen van de sessie 	<ul style="list-style-type: none"> - PC / Laptop & Zoom, Teams of een ander vergelijkbaar platform - online lesgeven - Gids voor jonge migrerende ondernemers
	<p>Activiteit 2: Leg uit wat marketing is en presenteer de geïdentificeerde tips en trucs</p>	<ul style="list-style-type: none"> - De trainer begint de sessie met het onderwerp marketing en toont de studenten de geselecteerde video: - De trainer zal vervolgens de tips en trucs presenteren die in de gids worden genoemd. - Presenteer de klas de marketingtips en -trucs die in de les zijn geïdentificeerd <p>Interactie met de klas om vragen te stellen om er zeker van te zijn dat ze het begrepen hebben en feedback geven</p>	
	<p>Activiteit 3: Zelfstandige praktijk van de studenten</p>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>De trainer kan kiezen uit een of meer van de voorgestelde oefeningen:</i> (voorgestelde oefening 1) - Een van de belangrijkste platforms die belangrijk zijn voor marketing, zijn sociale media. Vraag de studenten welke sociale media meer geschikt zijn voor hun bedrijfsidee. - Waarom hebben ze dat platform gekozen? - Welke inhoud kan hun doelgroep aantrekken? - Vraag de studenten na de opdracht om met de groep te delen wat ze hebben geïdentificeerd op het gebied van sociale media. - (voorgestelde oefening 2) Vraag de leerlingen om: <ul style="list-style-type: none"> ○ Maak je logo en USP ○ Hashtag om uw doelgroep / slogan te bereiken ○ Citaat over innovatie, ondernemerschap, leiderschap 	<p>PC / Laptop & Zoom, Teams of een ander vergelijkbaar platform - online les</p>



		- (voorgestelde oefening 3) Vraag de studenten om een plan te maken voor een reclamecampagne, rekening houdend met hun bedrijfsidee	
	Discussie na de activiteit	<ul style="list-style-type: none"> Stel de studenten vragen over wat ze tijdens de sessie hebben geleerd en of ze nog andere tips of trucs hebben op het gebied van marketing. 	
Evaluatie methoden	Informeel en niet-formeel	Mondelinge bespreking van de voorgestelde oefeningen	
Didactisch materiaal	Face to face: PowerPoint-presentatie, les op papier, gedrukte werkbladen voor opdracht (en)		
	Afstandsonderwijs - Online leren: powerpointpresentatie, pdf-versie van de les, .docx-werkbladen voor opdracht (en)		
	Afstandsonderwijs - Moodle - Hetzelfde geldt voor het geval dat de cursus op het Moodle-platform van het project wordt geplaatst		
Klas opdracht 1:	- Studenten moeten zich concentreren op sociale media voor marketingdoeleinden. Ze moeten een onderzoek uitvoeren en de vragen beantwoorden die voor de taak zijn vastgesteld. ...		
Aanvullende opmerkingen en tips voor trainers			
Het is belangrijk om de ideeën over de opgedragen taak uit te voeren, aangezien sociale media tegenwoordig een cruciale positie innemen in marketingpromotie. Elke student zal dan, al is het maar aan de trainer, zijn / haar werk moeten presenteren voor informele evaluatie.			



Communicatie

Deze sessie van de Gids voor Jongerenwerkers ondersteunt de Gids voor jonge ondernemers met een migratie achtergrond bij het implementeren van Sessie 2 Hoofdstuk 9: Wat is communicatie?

Module Titel:	Marketing en communicatie		
Sessie nr.2	Wat is communicatie?		
Duur	1 uur		
Werkwijze	Blended <input type="checkbox"/>	Face to face <input type="checkbox"/>	Online leren <input type="checkbox"/>
		Tijd:	Tijd: 1 uur
	<p>Afstandsond erwijs (Leerplatfor m) <input type="checkbox"/></p> <p>Opmerkingen over de keuze:</p> <p>* De trainer kiest de manier waarop de cursus wordt gegeven, rekening houdend met de locatie van de geïnteresseerde studenten, de beschikbare lesruimte en middelen, de sociale situatie, enz.</p>		
Leerdoele n	<ul style="list-style-type: none"> • Begrijp het belang van communicatie • Begrijp de basis voor een succesvolle communicatie 		
Beoogde leerresult aten:	<p>LO1: Studenten zullen kunnen begrijpen wat communicatie is</p> <p>LO2: Studenten zullen het belang van een succesvolle communicatie op zakelijk gebied kunnen begrijpen</p> <p>LO3: Studenten zullen in staat zijn om te identificeren welke stappen ze moeten nemen om een succesvolle communicatie op te bouwen</p> <p>LO4: Studenten zullen de suggesties die zijn geïdentificeerd voor een succesvolle communicatie kunnen toepassen</p>		
Sessie Gegevens:	Lesonderwe rp:	Methode (n) en instructies voor trainers:	Vereiste bronnen:
	Introductie (optimale groeps groot te kan zijn: 1-10)	<ul style="list-style-type: none"> - Korte introductie van de trainer over het doel van de les. - <i>Breek het ijs</i> (voorgestelde oefening) Brainstormen - wat denk je dat nodig is voor een succesvolle communicatie. 	PC / Laptop & Zoom, Teams of een ander vergelijkbaar platform - online les



	<p>Activiteit 1: Presenteren van de leerdoelen van de cursus</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Korte presentatie van de doelstellingen van de sessie 	<ul style="list-style-type: none"> - PC / Laptop & Zoom, Teams of een ander vergelijkbaar platform - online les
	<p>Activiteit 2: Leg uit wat communicatie is en presenteer de geïdentificeerde tips en trucs</p>	<ul style="list-style-type: none"> - De trainer begint de sessie en toont eerst de video die in de cursus is geïdentificeerd: - https://www.youtube.com/watch?v=RWz0aDzHtiA - Na de video zal de trainer het onderwerp communicatie verder uitleggen, rekening houdend met de inhoud die in de gids wordt voorgesteld. <p>Interactie met de klas om vragen te stellen om er zeker van te zijn dat ze het begrepen hebben en feedback geven</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Gids voor jonge migreren de ondernemers
	<p>Activiteit 3: Zelfstandige praktijk van de studenten</p>	<ul style="list-style-type: none"> - (voorgestelde oefening 1) Een van de belangrijkste momenten in communicatie is hoe je een communicatie start. Door de studenten in paren (of individueel) te verdelen, moeten ze bepalen hoe ze een gesprek met een onbekende persoon kunnen beginnen. Ze moeten rekening houden met: <ul style="list-style-type: none"> ○ Welke vragen kunnen gesteld worden om het ijs te breken? ○ Hoe kan het bedrijfsidee worden gepresenteerd? ○ Hoe "ongemakkelijke stilte" te vermijden? Wat kan gedaan worden? ○ Vraag de studenten na de opdracht om met de groep te delen wat ze hebben geïdentificeerd - (voorgestelde oefening 2) De studenten moeten een verhaal over ondernemerschap maken op basis van de Joseph Campbell-Hero's Journey (Monomito). Bij het uitvoeren van deze oefening zal de trainer rekening moeten houden met de toelichting in Annex VIII, Gids voor Jongerenwerkers pag 103 	<p>PC / Laptop & Zoom, Teams of een ander vergelijkbaar platform - online les</p>



	Discussie na de activiteit	Stel de studenten vragen over wat ze tijdens de les hebben geleerd en of ze nog andere tips of trucs hebben met betrekking tot communicatie.	
Evaluatie methoden	Informeel en niet-formeel	Mondelinge bespreking van de voorgestelde oefeningen	
Didactisch materiaal	Face to face: PowerPoint-presentatie, les op papier, gedrukte werkbladen voor opdracht (en)		
	Afstandsonderwijs - Online leren: powerpointpresentatie, pdf-versie van de les, .docx-werkbladen voor opdracht (en)		
	Afstandsonderwijs - Moodle - Hetzelfde geldt voor het geval dat de cursus op het Moodle-platform van het project wordt geplaatst		
Klas opdracht1 :	- Studenten moeten zich concentreren op het begin van een gesprek. Ze moeten een antwoord vinden op elk van de vragen die in de taak worden voorgesteld. ...		
Klas opdracht2 :	- De studenten moeten een verhaal over ondernemerschap maken op basis van de Joseph Campbell-Hero's Journey (Monomito). ...		
Aanvullende opmerkingen en tips voor trainers			
Het is belangrijk dat de trainer bekend is met het onderwerp en met de technieken die kunnen worden toegepast om een succesvol gesprek te voeren. In die zin kunnen de competenties van een coach nuttig zijn.			

Hoofdstuk 26 De YME App

E-assessment tool

De YME E-assessmenttool is een zelfbeoordelingsinstrument dat jonge migranten zal helpen zichzelf te evalueren op hun ondernemersvaardigheden.

De tool is toegankelijk via <http://www.yme-platform.net/Tool.html> of door het te openen vanaf de voorpagina van het YME-platform (<http://www.yme-platform.net/>). Om toegang te krijgen, moet de gebruiker een account hebben van de YME-platformbeheerders of zich aanmelden door er zelf een aan te maken.

De tool bestaat uit een vragenlijst die de gebruiker zal helpen zijn / haar ondernemersvaardigheden te evalueren door vragen te beantwoorden uit domeinen als zelfvertrouwen, communicatie, leiderschap, creativiteit / innovatie, probleemoplossing, financiën, ambitie en het nemen van risico's. Op basis van de resultaten van de vragenlijst krijgt de gebruiker een korte feedback (een score) en wordt hij doorverwezen naar leermiddelen die gebruikt kunnen worden om zijn / haar ondernemersvaardigheden te verbeteren.

YME platform

Het YME-platform is toegankelijk via <http://www.yme-platform.net/>.

Het YME-platform is een tool die geïntegreerde toegang biedt tot alle ondernemings- en educatieve middelen die zijn ontwikkeld om de jonge migranten te ondersteunen die meer willen leren over ondernemerschap en die begeleid willen worden bij het openen van een nieuw bedrijf. Het platform bevat de YME e-assessmenttool, de gidsen voor leerkrachten / mentoren en studenten (jonge migranten) ontwikkeld tijdens het YME-project en een e-Learning-ruimte die toegang geeft tot leermiddelen voor alle migranten die bereid zijn hun kennis op het gebied van dit gebied en om hun eigen bedrijf te starten.

Hoofdstuk 27 Geleerde Lessen

Wat hadden we beter kunnen doen? Tijdens het YME-project kwamen we veel feedback tegen en dingen die we beter hadden kunnen doen. Als je overweegt een project op te starten rond jonge migrantenondernemers en / of jeugdwerkers, hebben we een checklist gemaakt voor het opzetten van nieuwe YME-projecten. Het helpt je te voorkomen dat je dezelfde fouten maakt.

Geleerde lessen YME Project

In dit hoofdstuk vind je alles wat je moet weten over geleerde lessen. Waar ze goed voor zijn en hoe ze in de praktijk toegepast kunnen worden.

De volgende lessen zijn geleerd tijdens de behoefteanalyse en de ontwikkeling van de ondersteuningspakketten en YME-diensten:

- De respondenten vonden 'Social Media' het meest efficiënte communicatiekanaal om de YME's met de hoogste frequentie te bereiken. "Netwerken", "Conferenties / Bijeenkomsten" en "Vluchtelingencentra" volgen respectievelijk "Sociale Media". We moeten er wel rekening mee houden dat de wifi-verbinding soms erg slecht is. Ook toegang tot een telefoon door gebrek aan krediet kan het soms moeilijker maken. Het bestrijden van digitale armoede is een must en er moeten voorzieningen worden geboden om toegang te krijgen.
- De interactie met "Beroemde ondernemer" kwam het meest voor bij een rolmodel van migranten, en werd ook gevolgd door respectievelijk "Ouders", "Vrienden" en "Familie / familieleden". Verbinding maken met familie en vrienden is een goed initiatief. Beoordeel dit goed, anders verliest je kostbare tijd aan het ondersteunen van jonge mensen. Zeker als er geen ouders en naaste familieleden zijn, is het erg belangrijk om een bekende ondernemer te werven. Het zal veel helpen om jonge migrantenondernemers te interesseren. Houd er rekening mee dat de intrinsieke motivatie van een jonge migrant het belangrijkste ingrediënt is. Zonder dit zal de beroemde ondernemer waarschijnlijk niet de verwachte impact hebben.
- De groep "Migrant" onthulde de eerste drie belangrijkste kwaliteiten van hun mogelijke rolmodellen respectievelijk: "Vertrouwen", "Risico's nemen" en "Creativiteit". "Vertrouwen" was opnieuw de eerste kwaliteit, net zoals migranten definieerden als de topkwaliteit voor hun rolmodellen. Bovendien waren 4 kwaliteiten van de top 5 hetzelfde in hun antwoorden: "Innovatievaardigheden", "Leiderschapsvaardigheden" en "Communicatieve vaardigheden" met de leidende categorie "Vertrouwen". Dit was de basis voor het YME-ondersteuningspakket

- Toegepaste methoden zijn de beste manier om jonge migrantenondernemers op te leiden. 'Toegepaste (leren door te doen)', 'Begeleiding' en 'Leerlinggerichte' methoden zijn de drie beste geselecteerde methoden.
- Wanneer de meest geschikte digitale toepassingen worden gevraagd, hadden de categorieën "E-cursus", "Platform", "e-toepassing" en "Netwerken" de hoogste frequenties. "Educatie via Social Media" en "Games" werden door de respondenten toegevoegd aan de categorieën, die zowel erg aantrekkelijk zijn voor jongeren als entertainment en educatieve tools. We hebben besloten om ons met onze ondersteuningspakketten te concentreren op gidsen, bestaande uit links die zijn verbonden met het platform en de e-applicatie. Het gedeelte 'Games' komt terug in handleidingen, maar is minder digitaal georiënteerd en we hadden hier meer aandacht aan kunnen besteden, hoewel het goedgekeurde budget en de toegewezen uren onze beslissing maken om voor het platform en de e-applicatie te gaan
- Sommige respondenten (jonge migranten en experts) hadden ook kritiek op de digitale kant en verdedigden de "offline" -mechanismen. Bovendien zijn de categorieën 'Face-to-face-netwerken', 'Ambassadeurs' en 'Evenementen' toegevoegd als antwoorden van kritisch ogende respondenten..
- 'Taalbarrières', 'psychologische problemen' en 'financiële nadelen' moeten in aanmerking worden genomen als de belangrijkste effecten bij trainingen.
- "Communicatieve vaardigheden" zijn cruciaal voor YME-trainers. Ook werden "Vriendelijkheid en benaderbaarheid", "Ondernemersvaardigheden", "Geduld / doorzettingsvermogen" en "Socio-cultureel bewustzijn" gedefinieerd als noodzakelijke kwaliteiten voor de YME-trainer.

Tijdens de bijeenkomst met geleerde lessen deelden alle partners hun mening over wat ze van het project dachten, wat ze zouden hebben veranderd, wat ze hadden geleerd en wat er beter had kunnen worden gedaan.

Hoofdstuk 28 Aanbevelingen

De resultaten van ons YME-project convergeren naar de conclusie, net als anderen in het veld, dat ondernemerschap een haalbare loopbaanoptie is, ongeacht de motivatie of timing van de beslissing van de persoon om te migreren.

Het benutten van de verschillende zakelijke kansen die in het gastland zijn geïdentificeerd, zou kunnen resulteren in de oprichting van winstgevende bedrijven door jonge migrantenondernemers. In overeenstemming met het document over "Evaluatie en analyse van goede praktijken ter bevordering en ondersteuning van ondernemerschap door migranten", ontwikkeld op EU-niveau (Europese Commissie, 2016) en met de belangrijkste resultaten van ons projectonderzoek, hebben we onze YME-gids voor jonge ondernemers met een migratie achtergrond ontworpen om de jonge migrerende ondernemer te ondersteunen bij het opstarten van een eigen bedrijf.

De Gids voor Jeugdwerkers helpt de jeugdwerker, trainer om de jonge migrerende ondernemer te begeleiden. We hebben onder meer de volgende aspecten aangepakt: inspiratie, netwerken, juridisch advies, individuele bedrijfssteuning, YME-training, mentoring, toegang tot financiering, taal- en culturele gevoeligheid. Het Groene Boek is een hulpmiddel dat bijdraagt aan het stimuleren van ondernemerschap te midden van immigrantengemeenschappen in de VNRIT / YME-landen die aanbeveelt:

- Benutten / uitbreiden van mogelijkheden om te netwerken met andere (jonge) migrantenondernemers en / of autochtone ondernemers (in ondernemersknooppunten), inclusief potentiële aanbieders en klanten; dit helpt om toegang te krijgen tot nieuwe informatie en kennis, waardoor het opzetten en opschalen van bedrijven wordt gestimuleerd
- Toegang krijgen tot beschikbare regelingen / formele entiteiten die verantwoordelijk zijn voor het stimuleren van ondernemerschap in het algemeen, en dat van jonge migrantenondernemers in het bijzonder
- Zorgvuldige periodieke controle van de institutionele en wettelijke kaders om gemakkelijk te voldoen aan de VNRIT / YME-landenregelgeving; vraag indien nodig om professionele ondersteuning. Dit geldt zeker nog meer tijdens Covid
- Onderzoek naar de hulp die een of meer familieleden of niet-leden zouden kunnen bieden, op basis van vertrouwen en complementariteit, door middel van hun ervaring en kennis, bij de inspanningen van de ondernemer om de inherente administratieve en sociaal-culturele uitdagingen te overwinnen
- Groepstrainingen aanmoedigen om opgedane ervaringen te delen en uit te wisselen, vooral met betrekking tot aspecten die verband houden met het gastland; probeer de knowhow van traditionele etnische ambachten te behouden / door te geven om uw onderscheidende merk te ondersteunen / uit te bouwen
- Overweeg om ondernemershubs te creëren met een goede mix van zowel etnische als autochtone personen / ondernemers

- Overweeg een mentorpartnerschap, zowel als een mentor die op zoek is naar aanvullende ondersteuning en / of als een mentor die met leden van de etnische gemeenschap, opgebouwde ervaring als gevestigde ondernemers binnen de regionale zakelijke omgeving deelt
- Overweeg meerdere bronnen voor bedrijfsfinanciering, waaronder alternatieve bronnen (zoals crowdfunding, Business Angels, European (co-) financiering, enz.) en andere reguliere ondersteuningsregelingen voor ondernemers, die ook garantiefondsen omvatten
- Vind haalbare manieren om taalbarrières in het gastland te verminderen door moedertaalcursussen (informeel en formeel) te volgen, vooral met betrekking tot bedrijfsgerelateerde terminologie.

Samenvatting

De officiële Nederlandse Taalwoordenlijst is beter bekend als het Groene Boek (Green Book) en legt de Nederlandse taal uit. Dit boek is het formele woordenboek dat nieuwe Nederlandse woorden accepteert en bevat meer dan 110.000 woorden. Ons YME Green Book bevat 107.114 woorden. Ons doel voor het YME Green Book is dat het het formele groene boek wordt voor elke jonge migrant die een jonge ondernemer wil worden.

Kleine en middelgrote ondernemingen (KMO's) vormen de ruggengraat van de Europese economie. Ze vertegenwoordigen 99% van alle bedrijven in de EU. Ze hebben ongeveer 100 miljoen mensen in dienst, zijn goed voor meer dan de helft van het Europese bbp en spelen een sleutelrol bij het toevoegen van waarde in elke sector van de economie. De Europese Commissie ziet ondernemerschap als het benutten van kansen en ideeën en deze omzetten in waarde voor anderen, die financieel, cultureel of sociaal kan zijn.

Het ondernemersbeleid van de EC is erop gericht bedrijven, in het bijzonder kleine en middelgrote ondernemingen, gedurende hun hele levenscyclus te ondersteunen, onderwijs in ondernemerschap op alle niveaus te bevorderen en specifieke groepen met ondernemerspotentieel te bereiken en aan te moedigen. De EC bereikt specifieke groepen waarvan het ondernemerspotentieel nog niet volledig is benut, zoals vrouwen en jongeren via ondernemend leren en Erasmus voor jonge ondernemers. Het YME-project heeft een extra laag toegevoegd met zijn Green Book voor jonge ondernemers met een migratie achtergrond.

Jeugdwerkloosheid is een ernstig probleem waarmee veel jongeren worden geconfronteerd, ongeacht hun achtergrondervaring en opleiding. Het is duidelijk dat als gevolg van EU-immigratiewetten veel jonge migranten inactief en werkloos zijn. Vooral omdat migranten zo inactief zijn (om voor de hand liggende bureaucratische regelgeving en juridische redenen), staat de opbouw van ondernemerschapscapaciteit voor jonge migranten hoog op de politieke agenda van de EU. Het project Young Migrant Entrepreneurs (YME) bevordert de integratie en sociale inclusie van jonge migranten om de sociale cohesie in Europa te bevorderen en bedrijven op te starten. De economische integratie van migranten is een van de prioriteiten van de alomvattende EU-aanpak van migratie. Het is van cruciaal belang om jonge migranten en jonge vluchtelingen in staat te stellen de vaardigheden te ontwikkelen en toegang te krijgen tot kennis en ondersteuningsregelingen waarmee ze een solide bestaan kunnen opbouwen en ook om toegevoegde waarde te creëren.

Hoe ondersteunt het project YME Young Migrant Entrepreneurship?

Het YME Green Book is een uitgebreide gids voor de jonge allochtone ondernemer en de jeugdwerker, over alles wat het YME-project doet, van intellectuele outputontwikkeling tot product, tot deskundig advies en begeleiding. Daarnaast wordt het groene boek aangevuld met ons online YME-platform en de YME-app, waarmee gebruikers YME-projectinformatie gemakkelijker kunnen zoeken en downloaden in een paar eenvoudige stappen.

Na uitgebreid onderzoek met onze doelgroepen (jonge migrantenondernemers en experts), inclusief online interviews en focusgroepen, hebben de YME-partners de YME-gidsen verbeterd, waardoor het gemakkelijker is om te navigeren en kruisverwijzingen te maken

Het Green Book is gemaakt om belangrijke voordelen te bieden aan jonge migrerende ondernemers en jeugdwerkers in de 5 YME-landen, ook bekend als UNRIT: Verenigd Koninkrijk, Turkije, Nederland, Italië en Roemenië.

De waarde gecreëerd door het YME Green Book resulteert in:

- * de mogelijkheid om jeugdwerkers, lerarenopleiders en jonge migranten in te schrijven voor deze ondernemersprojecten;
- * het vermogen om innovatie te produceren en deze vervolgens naar nieuwe actoren en nieuwe territoria te verspreiden;
- * het vermogen om de ondernemersgeest, waarden en resultaten te verspreiden onder een breed en relevant publiek;
- * het vermogen om te profiteren van de bevindingen van het YME-project en om relevante aanbevelingen te doen voor beleidsmakers en besluitvormers - evenals voor actoren in het veld - om het projectwerk voort te zetten na het projectleven;
- * het vermogen om het innovatieproces tijdens en na het einde van het YME-project te ondersteunen;
- * het vermogen om de beoogde doelgroepen en de belanghebbenden te betrekken bij het waardecreatieproces op middellange en lange termijn.

Het Groene Boek heeft een algemeen kader geschetst door:

- * het verzamelen van alle relevante informatie en kennis rond jonge migrantenondernemers rond het YME-project;
- * het verstrekken van ondersteuningspakketten voor de jeugdwerkers, leerkrachten en jonge migranten;
- * beoordelen en begeleiden;
- * Samenvatten en in praktijk brengen van geleerde lessen en aanbevelingen.

Het doel van het Green Book is ook om ervoor te zorgen dat er geen beleid, programma of project wordt aangenomen rond jonge migrantenondernemers zonder eerst het antwoord te hebben op de onderstaande vragen:

- Zijn er betere manieren om jonge migrantenondernemers te begeleiden?
- Zijn er lessen geleerd over het ondersteunen van jonge migrantenondernemers?
- Zijn er aanbevelingen met betrekking tot jonge migrantenondernemers?

Deze Green Book-richtlijnen zijn bedoeld om het ondernemerschap van jonge migranten te promoten bij (lokale) overheden in de YME-landen (Verenigd Koninkrijk, Nederland, Roemenië, Italië en Turkije). Het doet dit door jonge migrantenondernemers, jeugdwerkers, opleiders en besluitvormende actoren te informeren. De richtlijnen benadrukken de noodzaak om rekening te houden met de grote voordelen om jonge migrantenondernemers te activeren, waardoor integratie in nieuwe landen en samenlevingen veel gemakkelijker en voordelig wordt voor iedereen ...

Jonge migrerende ondernemers: het is aan jullie!

Ondernemerschap onder migranten moet worden gezien als een nieuwe arena voor sociale, economische en politieke actie. Veel regeringen proberen daarom ondernemerschap actief te stimuleren via verschillende vormen van ondersteuning. Maar het is niet aan de regeringen ... het is aan jou!

En maak je geen zorgen, de YME-projecten ondersteunen je!

Referenties

Baker, William E., and James M. Sinkula. "The Complementary Effects of Market Orientation and Entrepreneurial Orientation on Profitability in Small Businesses." *Journal of Small Business Management*, vol. 47, no. 4, 2009, pp. 443–464., doi:10.1111/j.1540-627x.2009.00278.x.

Blank, Steven Gary. *The Four Steps to the Epiphany: Successful Strategies for Products That Win*. S.G. Blank, 2013.

Davenport, T.h. "How to Design Smart Business Experiments." *Strategic Direction*, 25.8 (2009): n. pag. Print.

Graham, Paul. "Startup=Growth." Paul Graham, Sept. 2012, www.paulgraham.com/growth.html.

Miller, Danny. "The Correlates of Entrepreneurship in Three Types of Firms." *Management Science*, vol. 29, no. 7, 1983, pp. 770–791., doi:10.1287/mnsc.29.7.770.

Ries, Eric. *The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses*. Crown Business, 2011.

Stevenson, H.H. (1983), "A Perspective on Entrepreneurship." Harvard Business School Working Paper #9-384-131.

Stevenson, H.H., and D.E. Gumpert (1985), "The Heart of Entrepreneurship." *Harvard Business Review*, March-April, pp. 85-94.

Stevenson, H.H., and J.C. Jarillo-Mossi (1990), "A Paradigm of Entrepreneurship: Entrepreneurial Management." *Strategic Management Journal*, 11, Summer 1990, pp. 17-27.

Yang, Xiaoming, et al. "Search and Execution: Examining the Entrepreneurial Cognitions behind the Lean Startup Model." *Small Business Economics*, 2018, doi:10.1007/s11187-017-9978-z.