

Ondernemen tussen twee culturen

Vrouwelijke ondernemers van Marokkaanse en Turkse afkomst in Nederland en hun identiteitsconstructies

'Ik ben een vrouw, én allochtoon, en ik opereer in een branche waar alleen maar mannen zijn. Dus voor mij is het gewoon een stimulans om hoger te komen dan die mannen die daar zitten'.

Deze uitspraak van Karima, een Marokkaanse ondernemster, illustreert hoezeer gender en etniciteit van invloed zijn op de manier waarop zij haar ondernemersidentiteit vorm geeft. Zij is niet zomaar ondernemer: zij is vrouw, ondernemer én heeft een Marokkaanse achtergrond. Dit artikel gaat over de complexe manier waarop gender, ondernemerschap en etniciteit een rol spelen bij de vorming van de ondernemersidentiteiten van vrouwen met een Turkse of Marokkaanse achtergrond. Deze ondernemsters zijn afkomstig uit twee grote minderheidsgroeperingen in Nederland met een vergelijkbare migratiegeschiedenis.¹

Het is niet vanzelfsprekend dat deze complexiteit in de analyse van de identiteiten van Vrouwelijke Ondernemers van Marokkaanse en Turkse Afkomst (hierna: VOMTAs) wordt betrokken. Migrantenvrouwen worden vaak gekarakteriseerd met behulp van westerse inzichten over gender, zonder aan te geven hoe gender samenhangt met andere sociale dimensies zoals ras, klasse en etniciteit. Bovendien worden migrantenvrouwen vaak gestereotypeerd als 'achtergesteld', 'onderdrukt' en 'ongeëmancipeerd'. In reactie hierop leggen steeds meer onderzoekers met behulp van het begrip 'intersectionaliteit' (Crenshaw,

1997) verbanden tussen verschillende sociale dimensies om inzicht te krijgen in de positie van migrantenvrouwen (Wekker & Lutz, 2001).

Met ons onderzoek naar de ontwikkeling van de ondernemersidentiteiten van VOMTAs willen we het gebrek aan aandacht voor gender en etniciteit in de theorievorming rond ondernemerschap ondervangen en andere subjectiviteiten van ondernemerschap laten zien. We doen dit door middel van een analyse van enkele levensverhalen van VOMTAs, die zogeheten *situated knowledge* oplevert over de wijze waarop de geïnterviewde VOMTAs binnen de specifieke context waarin zij leven hun ondernemersidentiteit vormgeven (Haraway, 1991).

Allereerst zal in dit artikel uiteengezet worden hoe identiteiten geconstrueerd worden in relatie tot structurele beperkingen voortkomend uit gender, etniciteit en ondernemerschap en tot de duale relaties tussen gender-eticiteit, gender-ondernemerschap en etniciteit-ondernemerschap. In de ondernemersidentiteiten van deze vrouwen komen echter al deze invloeden samen. In het tweede deel van dit artikel illustreren we daarom met behulp van levensverhalen hoe de intersecties tussen gender, etniciteit en ondernemerschap deze vrouwen in complexe en paradoxale situaties brengen en hoe zij hiermee omgaan.

Identiteit in theorie

Hoewel genderidentiteit geconstrueerd wordt in relatie tot eigen wensen en ideeën rondom

gender, verhoudt deze constructie zich ook tot specifiek structurele beperkingen. Immers, gender is een proces dat is ingebed in machtsrelaties en specifiek historische materiële condities. Dit proces omvat bijvoorbeeld praktijken van masculiniteit binnen zowel publieke als private sferen, dominante vertogen over gegenderde arbeid, en de invloed van de intersecties van gender, ras, klasse, seksualiteit en andere categorieën van sociale onderdrukking (Calás & Smircich, 2006: 287). Deze benadering van genderidentiteit verwijst naar het intersectionaliteitsdenken, dat de nadruk legt op het gelijktijdig en dynamisch op elkaar inwerken van verschillende 'assen' van identiteiten (Wekker & Lutz 2001: 38) en de onderlinge relaties van dominantie en onderdrukking die daarbij spelen (Crenshaw, 1997). In dit artikel gaat het er niet om te onderkennen dat een VOMTA én vrouw, én ondernemer én Marokkaanse/Turkse is. Het gaat er ook niet om de conflicten en variatie die ongetwijfeld binnen de verschillende assen voorkomen te onderzoeken, maar de nadruk ligt juist op het begrijpen van de manier waarop de VOMTAs etnische, gender- en ondernemersidentiteit elkaar beïnvloeden.

Dit betekent dat wij identiteiten als meervoudig zien, en de constructie van die meervoudige identiteiten als een proces dat afhankelijk is van plaats, tijd en context (Haraway, 1991). Als resultaat van een dialoog tussen de posities van een VOMTA als vrouw, migrant en ondernemer, en de dialoog met relevante anderen is haar ondernemersidentiteit dynamisch, en continu in ontwikkeling (Ghorashi, 2003).

De specifieke context waarbinnen een VOMTA haar meervoudige identiteit ontwikkelt wordt mede bepaald door haar etnische identiteit, die voortvloeit uit een combinatie van culturele praktijken, taal en religieuze affiliatie met de islam (Ashcroft, Griffiths & Tiffin, 1998). Deze elementen staan niet vast, maar worden voortdurend ontwikkeld in dialoog met 'relevante anderen', zoals mensen behorend tot de dominante groep in de maatschappij, mensen

afkomstig van andere minderheidsgroeperingen, mensen van hun eigen etnische groep en mensen uit het land van herkomst (Buitelaar, 2002). Deze dialogen met verschillende etniciteiten leiden vaak tot een hybride etnische identiteit, die heterogeen en transetnisch van aard is. Dit houdt een nieuw gesmede etniciteit in, die ontstaat door een verbinding van de ene etniciteit met de andere waarbij een individu met beide culturen tegelijkertijd in contact is (Anthias, 2001). Een hybride etnische identiteit impliceert vaak een *double consciousness*, een dubbel perspectief ontstaan uit 'een stem die spreekt vanuit twee plaatsen tegelijkertijd, zonder zich door een van beide plaatsen te laten hinderen' (Anthias 2001: 626).

Betreffende de intersectie tussen gender en etniciteit van VOMTAs laten Saharso (2002) en Phalet en Schönplflug (2001) genuanceerd zien dat binnen moslimgemeenschappen regelmatig specifieke denkbeelden heersen over vrouwelijkheid. Vrouwen worden vooral in hun rol als moeder, dochter of echtgenote gestimuleerd door hun directe omgeving (Salih, 2001). Deze druk is vaak groter onder allochtone vrouwen dan autochtone vrouwen, aangezien zorg- en ouderschapstaken in deze migrantgemeenschappen doorgaans sterker met vrouwelijkheid worden geassocieerd dan in de Nederlandse maatschappij. Het heersende beeld binnen de Nederlandse samenleving waarin allochtone moslimvrouwen als 'achtergesteld' worden voorgesteld zou ook van invloed kunnen zijn op het zelfbeeld van deze vrouwen. Afhankelijk van de mate waarin zij in contact staat met verschillende groeperingen, zal een VOMTA zich bijvoorbeeld afzetten tegen of conformeren aan bepaalde ideeën over vrouwelijkheid, danwel een hybride identiteit ontwikkelen betreffende haar etnische en dus ook haar genderpositie (Calás & Smircich, 2006).

Een VOMTA's meervoudige identiteit wordt ook gevormd door de manier waarop zij haar ondernemersidentiteit construeert. Binnen de conventionele literatuur over ondernemer-



schap bestaat een stroming die de persoonlijkheidskenmerken van ondernemers bestudeert (Kets de Vries, 1985; McClelland, 1987; Thomas & Mueller, 2000). Hierin wordt beargumenteerd dat ondernemers vaak de attitude internaliseren van het archetype van een ondernemer die innovatief en creatief is, grote behoefte aan prestatie en autonomie heeft, en risico's durft te nemen (Thomas & Mueller, 2000). Deze typeringen van de ondernemersmentaliteit worden gevormd in een voortdurend 'discours', waaraan ondernemers zelf, de media en ook wetenschappelijke teksten bijdragen. Hierdoor moeten ondernemers zich bij de constructie van hun ondernemersidentiteit verhouden tot dit discours van de archetypische ondernemer. Conform het intersectionaliteitsdenken zal een VOMTA haar ondernemersidentiteit niet alleen in relatie tot het ondernemersdiscours ten aanzien van de 'vereiste ondernemerseigenschappen' ontwikkelen, maar ook in relatie tot de gendersubtekst die al sinds de teksten van Schumpeter (de meest aangehaalde auteur in de ondernemerschapsliteratuur) in de meeste westerse ondernemersvertogen is geslopen (Ogbor, 2000).² Conventionele analyses over ondernemerschap verwijzen naar 'hem' en het masculiene in plaats van 'haar' en het feminiene en dragen bij tot de ontwikkeling van ondernemerschap als een mannelijk construct (Bruni, Gherardi & Poggio, 2004). Dergelijke vertogen creëren waarheidseffecten en hebben *gender biased*-praktijken tot gevolg, zoals bijvoor-

beeld de afwijzing van ondernemersplannen van vrouwelijke ondernemers door bankambtenaren. 'Ondernemerschap' is op dit punt vergelijkbaar met 'leiderschap' waar eveneens percepties over onverenigbaarheid van vrouwelijke genderrollen en leiderschapsrollen overheersen (Eagly & Karau, 2002), aangezien de verwachtingen over hoe leiders zich gedragen (stereotypen) anders zijn dan de normen over hoe vrouwen zich zouden moeten gedragen (prescripties). Vrouwelijke ondernemers kunnen door dit vertoog worden aangezet zich meer 'masculien' te gedragen om succesvol te zijn als ondernemer. Bruni, Gherardi en Poggio (2004) wijzen er verder op dat in veel theorieën over vrouwelijk ondernemerschap de gendersubtekst schuilgaat dat familietaken altijd prioriteit hebben in de levens van vrouwelijke ondernemers waartoe zij zich moeten verhouden. Wij zijn benieuwd naar de manieren waarop VOMTAs hun ondernemersidealen combineren met al dan niet zelf opgelegde verwachtingen rondom gepaste vrouwelijkheid. Want, zoals Bruni, Gherardi en Poggio (2004: 418-419) stellen, *doing gender* en *doing business* zijn intergerelateerde praktijken: het uitoefenen van ondernemerschap impliceert een genderpositionering, en afhankelijk van hoe gender wordt uitgevoerd, krijgt het ondernemerschap verschillende dimensies en niveaus van legitimiteit.

Ondernemerschap is niet alleen gegenderd, maar bevat ook een etnocentristische subtekst. Thomas & Mueller (2000: 289) bena-

drukken dat er binnen visies op ondernemerschap vaak impliciet van wordt uitgegaan dat er in de ene cultuur een grotere geneigdheid bestaat tot ondernemerschap dan in de andere cultuur. Ondernemerschap zou meer worden ontwikkeld in culturen die prestatie en individualisme benadrukken en weinig risico-vermijndend zijn, dan in culturen die tegenovergestelde karakteristieken bevatten (McClelland, 1987). Dit dominante ondernemerschapsvertoog resulteert in een etnocentrisch-bepaalde praktijk (Ogbor, 2000) die migrantondernemers, dus ook VOMTAs, dwingt zich meer westers te gedragen om te kunnen slagen als ondernemer. Thomas & Mueller (2000) illustreren echter dat succesvolle ondernemers met verschillende culturele achtergronden zeer verschillend scoren op eerder genoemde ondernemerskenmerken. Literatuur over migrantondernemerschap benadrukt bovendien juist vaak het belang van familienetwerken voor migrantondernemers (Kloosterman, Van der Leun & Rath, 1999).

Levensverhalen

Aangezien er nog maar weinig onderzoek is verricht naar de ondernemersidentiteiten van VOMTAs, hebben we gekozen voor een explorerende levensverhalenmethodiek (MacAdams, 1993) om nader inzicht te krijgen in de vorming van de ondernemersidentiteiten van VOMTAs. Levensverhalen illustreren hoe mensen hun sociale realiteit construeren en wat hun sociale omgeving voor hen betekent (MacAdams, 1993). Deze keuze is gebaseerd op een combinatie van de inzichten van het poststructuralistisch feminisme en het zogeheten standpuntfeminisme.

Poststructuralistisch feminisme benadrukt dat inzichten, uitingen en gedrag van mensen vaak worden getypeerd en gecategoriseerd, maar dat deze categorieën instabiel zijn en dat er vaak sprake is van ambivalentie tussen deze categorieën. Standpuntfeminisme kijkt naar de wereld vanuit het per-

spectief van vrouwen en beschouwt de manier waarop vrouwen denken over hun levens en ervaringen als de basis voor kennis (Harding, 1991). We laten derhalve niet alleen de 'stemmen' van onze geïnterviewden horen, maar we benadrukken ook de multipliciteit en de situationele omstandigheid van deze stemmen. We bevinden ons hiermee op een methodologisch kruispunt dat niet onproblematisch is, aangezien standpuntfeministen het poststructuralistisch feminisme te relativerend, abstract en apolitiek vinden, en poststructuralistisch feministen standpuntfeministen verwijten van vrouwen één onproblematische categorie te maken. Maar, zoals Alvesson & Sköldbäck stellen, dit is 'wellicht de meest vruchtbare stap voorwaarts voor feministische en genderstudies' (2000: 214). De spanning is vooral theoretisch van aard, in het empirisch onderzoek blijkt het heel goed mogelijk VOMTAs als een speciale groep ondernemers te beschouwen en tegelijkertijd aandacht te schenken aan onderlinge verschillen en ambivalenties.

We vroegen twintig VOMTAs hun levensverhaal als een boek te organiseren in levenshoofdstukken opdat zij zelf hun belangrijkste levensfasen konden aanduiden (MacAdams, 1993). Na dit open deel stelden we specifieke vragen gerelateerd aan de theoretische concepten zoals beschreven in de vorige paragraaf. Door deze biografische verhalen te lezen en te herlezen, was het mogelijk inzicht te krijgen in de complexe relatie tussen hun etnische, gender- en ondernemersidentiteit (Buitelaar, 1998).

De VOMTAs werden benaderd via specifieke belangenorganisaties voor ondernemers en migrantenvrouwen alsook via de sneeuwbal-methode. Alle interviews werden opgenomen en volledig uitgeschreven, en teruggestuurd naar de VOMTAs voor eventuele correcties. Na transcriptie werd allereerst een categorische inhoudsanalyse toegepast (Lieblich, Tuval-Maschiach & Zilber, 1998); door middel van 'open coderen' werd gezocht naar welke the-

ma's de boventoon voerden in de verhalen. Vervolgens werd binnen deze thema's een holistische analyse aangewend om patronen te kunnen ontdekken die de intersectie van gender, etniciteit en ondernemerschap in al haar verscheidenheid en inconsistentie kenmerken (Alvesson & Sköldbërg, 2000). In dit artikel worden de vier meest illustratieve en contrasterende verhalen gepresenteerd, die de grootste variëteit aan identiteitsconstructies in zich dragen.

We zijn ons ervan bewust dat de presentatie van de verhalen van de VOMTAs in dit artikel niet alleen is ingegeven door de uitingen van de VOMTAs zelf, maar ook door de setting waarin de interviews plaatsvonden en de interpretatie van het interviewmateriaal door ons als onderzoekers. Bovendien worden identiteiten altijd in interactie met de interviewer geconstrueerd. De onderwerpen die aan de orde komen en het feit dat de interviewer een hoogopgeleide, 'witte vrouw' is beïnvloeden de manier waarop de levensverhalen verteld en opgeschreven worden. Ons doel is echter niet op zoek te gaan naar de juiste lezing van ieders leven, maar te illustreren hoe deze verhalen mogelijke waarheden vertellen.

De vier verhalen

Hieronder volgen de verhalen van vier VOMTAs. Fatna is een alleenstaande Turkse vrouw van vijftig jaar die samen met haar twee oudere zussen een groentezaak en groothandel heeft. Dürrin is een drieëndertigjarige, gescheiden alleenstaande Turkse vrouw met een zoon en heeft haar eigen kledingzaak. Karima is een vierenveertigjarige, getrouwde Marokkaanse vrouw en heeft een zoon en een dochter. In het door haar opgerichte schoonmaakbedrijf werken meer dan tweehonderd personen. Leila is een ééneveertigjarige vrouw van Turkse afkomst. Leila is gescheiden en hertrouwd. Samen met haar echtgenoot voedt ze haar twee eigen kinderen, en de twee kinderen van haar man op. Binnen haar productiemaatschappij wordt zij door een klein team ondersteund.

Fatna's verhaal

'Ik voel me eerst Turkse, dan vrouw en dan ondernemster. Want dat is heel belangrijk voor jezelf hè, dat je zeker bent van jezelf. Dat je weet wat je bent. Wat je kan. Want mensen zullen gewoon zien wat je bent. Je kunt je niet ineens Nederlands gaan gedragen als je... je moet gewoon zijn zoals je eruit ziet denk ik. Als ik de kans krijg om terug te gaan naar Turkije om daar te leven dan wil ik wel terug gaan. [...] Als er slecht over je gepraat wordt, zal men bijvoorbeeld niet naar de winkel komen. [...] Ja, wij zijn vrouw, maar we gebruiken niet de vrouwelijke kant, het is een mannelijke branche. Ja, je moet opletten. Hoe je praat, de goede woorden gebruiken. [...] Tja, in Turkije zijn ze veel verder, ook de vrouwen, maar hier leeft men nog zoals dertig jaar terug, weet je.'

In het kader van haar ondernemerschap staat Fatna voornamelijk in dialoog met de Turkse gemeenschap; zowel haar klanten, collega's en toeleveranciers zijn hoofdzakelijk Turks zoals zij eerder in haar levensverhaal aangeeft. Haar uitspraken dat 'mensen zullen zien wat je bent' en dat 'ze zich niet ineens Nederlands kan gedragen omdat ze moet zijn zoals ze eruit ziet' suggereren verder dat zij haar Turks-zijn ervaart als een toegeschreven etniciteit. Het is voor Fatna kennelijk erg belangrijk duidelijkheid over haar etniciteit te hebben, wat blijkt uit haar uitspraak dat ze zeker moet zijn van haarzelf en 'wat ze is'. Dit geeft haar houvast in een etnisch gecompliceerde omgeving. Van teruggaan naar Turkije verwacht ze meer mogelijkheden, aangezien ze aangeeft dat daar de vrouwen veel verder zijn. Fatna benadrukt in dit kader hoezeer (sub)cultuurbepaalde ideeën over vrouwelijkheid bepalen hoe mensen tegen haar als ondernemster aankijken. Zij acht het blijkbaar onwenselijk te laten blijken dat ze vrouw is en dus benadrukt ze herhaaldelijk hoezeer ze moet opletten om als ondernemster serieus genomen te worden. De

keuze van haar neutrale, donkere kleding lijkt dit te onderstrepen.

Fatna's publieke optreden vindt plaats in een ondernemerssetting die traditioneel een masculiene connotatie heeft. Daarom moet ze 'de goede woorden gebruiken' als vrouwelijke ondernemer, anders wordt er 'slecht over haar gepraat'. De manier waarop zij haar identiteiten construeert kan gerelateerd worden aan de genderspecifieke gedragsregels omtrent eer en schande, een belangrijk thema onder islamitische migranten. De eer van mannen wordt daarin begrepen als iets wat zij bezitten, terwijl de eer van vrouwen aan de eer van de mannen in hun familie wordt toegevoegd dan wel onttrokken. Vrouwen dienen vaak regels over kuisheid en maagdelijkheid in acht te nemen om schande te voorkomen en dit reproduceert een sterke seksesegregatie (Buitelaar, 2002). De eer van mannen binnen families wordt bewaakt door het uitoefenen van sociale controle. Deze gedragsregels speelden ook een belangrijke rol in Fatna's opvoeding:

'Mijn vader is ook heel autoritair, hè. Hij is vroom in het geloof, maar ik begrijp allebei de culturen wel, ik weet over beide culturen ook wel. Je woont samen thuis ...en je wilt niet dat ze slecht over je denken, en dat ze je vertrouwen. Ik heb eigenlijk gewoon gekozen voor de makkelijkste weg, mijn zussen ook, die zijn ook nooit uitgegaan.'

Haar oudere zus vertelt daarnaast:³

'We waren gewoon honderd procent huisvrouw. En dan hebben wij tegen onze vader gezegd: wij willen niet thuis blijven. Wij willen graag gewoon werken. En onze vader zei: "Nee, ik laat jullie niet werken, onder een andere baas. Nee, ik werk genoeg. En dan gaan jullie maar straks trouwen en dan werkt jullie man wel en blijven jullie thuis, oké?" [...] Soms was hij wel boos en zo. Maar we zeiden: "ja, dat moet!" [...] Ja, net als een kikker, niet gelijk in koud water, maar steeds wat warmer

water erbij gedaan. Hij is steeds een beetje meer eraan gewend. [...] Hij komt constant langs ja, en kan ook ieder moment bellen en dan weet hij waar we zijn, hè.'

De spanning tussen aspiraties voor meer persoonlijke vrijheid aan de ene kant, en de loyaliteit naar hun familie is een dominante factor in het leven van deze vrouwen. Fatna zegt ervoor te hebben gekozen niet uit te gaan, omdat ze niet wil dat er slecht over haar gedacht wordt en wil dat men haar vertrouwt. (Op een ander moment in het interview geeft ze te kennen dit wel gemist te hebben.) Vertrouwen speelt een grote rol in haar familie, aangezien Fatna's vader ook huiverig is om zijn dochters onder een andere baas te laten werken, waarbij hij waarschijnlijk ervan uitgaat dat dit een man zal zijn. Een compromis voor Fatna en haar zussen is om daarom een bedrijf op te zetten, zodat hij regelmatig langs kan komen om een 'oogje in het zeil te houden'. Fatna probeert dus bepaalde onderdelen van haar vaders' regels op te rekken zonder de harde confrontatie aan te gaan, omdat ze geen problemen wil veroorzaken in haar familie en de mate van autonomie die ze heeft niet wil verspelen.

We herkennen in Fatna's verhaal verschillende factoren die van belang zijn voor de vorming van haar ondernemersidentiteit, maar die vanwege de dikwijls tegenstrijdige impact leiden tot gespannen situaties. Etnische regels die met eer en schande te maken hebben gaan alleen dan samen met een genderidentiteit als deze overeenkomt met het beeld van gepaste vrouwelijkheid, namelijk opvoedend, interpersoonlijk, sensitief en behulpzaam gedrag (Eagly & Karau, 2002). Deze etnische regels botsen op zich niet met de karakteristieken van allochtoon ondernemerschap (Kloosterman, Van der Leun & Rath, 1999), en gender en ondernemerschap kunnen ook samengaan (Goffee & Scase, 1985). De moeilijkheid zit niet in de duale relaties tussen de verschillende identiteitscategorieën, maar in de intersecties van gender, etni-

citeit en ondernemerschap. Fatna's reactie op deze complexiteit is vooral voorzichtigheid wat zich uit in haar uitspraken dat ze moet opletten en de goede woorden moet gebruiken. Zij gedraagt zich zoveel mogelijk binnen de grenzen van de genderdefinities zoals gesteld binnen de Turkse gemeenschap. Daarnaast lijkt zij, als ondernemer, haar genderidentiteit te marginaliseren om 'zakelijk' over te kunnen komen; ze is erop gericht niet 'betrap't te worden haar vrouwelijke kant te gebruiken. Kortom, Fatna probeert voorzichtig bepaalde verwachtingen en regels op te rekken. Fatna's strategie is om stapje voor stapje onder het juk van haar vader vandaan te komen zonder zijn respect te hoeven verliezen. Fatna volgt dus binnen haar ondernemerschap *de weg van geleidelijkheid* om langzaam maar zeker grenzen te verleggen met betrekking tot onafhankelijkheid en zelfbepaling.

Dürrins verhaal

Dürrin reageert met *verzet en non-conformisme* op de spanningen tussen gender, etniciteit en ondernemerschap:

'Ik was twaalf, en toen maakte ik al kleding voor mijn juffen en meiden op school; een paar broeken. En daar kreeg ik voor betaald en daar kocht ik dingen voor die ik niet kon betalen. [...] Ik heb een heel lieve vader, hij had er geen problemen mee, ook met mijn kleding, hij had zoiets van: doe maar aan wat je wilt, ook een korte broek. Maar mijn broer verscheurde ze. Ja, en mijn vader was niet altijd thuis en werkte lange diensten bij Philips en mijn broer was thuis en die had de macht. [...] Hij heeft mij nooit dingen gedwongen, mijn moeder meer. [...] Mijn vader wou terug naar Turkije, maar ik wilde niet mee. En zij hadden één voorwaarde: "Je hoeft niet mee maar we laten je niet alleen, al onze kinderen zijn getrouwd dus als je een man hebt..." Er was wel iemand die met mij wilde trouwen, maar dat wilde ik niet, en destijds ben ik dus weggegaan van huis. [...] [Ik] heb in Amsterdam

gewoond, en daar heb ik hem leren kennen en daar ben ik gaan trouwen met iemand die ik zelf wilde, gewoon, en mijn ouders accepteerden het toen. [...] Ik voel me geen Turkse meer, alleen als ik in Turkije ben.'

Dürrin stelde zich al vroeg onafhankelijk op: één van de kenmerken van 'de ondernemer'. Haar creativiteit en gevoel voor mogelijkheden kwamen tot uiting door nieuwe kleding te kopen met het verdiende geld voor zelfgemaakte kleding. In het geval van Dürrin was het niet haar vader maar meer haar moeder en broer die haar autonomie wilden beperken en haar in een bepaalde hoek wilden dwingen. Dürrin conformeerde zich niet aan de genderdefinities zoals gesteld binnen haar familie en ging 'in verzet' door weg te lopen en te trouwen met een zelfgekozen man. Ook in haar uiterlijke presentatie is zij onconventioneel en kiest voor modieuze, opvallende kleding.

Dürrin vindt het moeilijk zich tussen twee culturen met verschillende genderdefinities te bewegen. Vanwege haar ervaringen als vrouw binnen de Turkse migrantengemeenschap in Nederland voelt ze zich geen Turkse meer. Ze lijkt hiermee afstand te willen nemen van haar Turkse etniciteit zoals vaak geconstrueerd binnen de Nederlandse context. Daarentegen voelt ze zich wel Turkse in Turkije, aangezien ze, zoals we in onderstaand fragment zien, zich daar wel met (vrouwelijke) gelijkgestemden kan identificeren. Vanwege haar migrantenidentiteit voelt ze zich echter soms in bepaalde situaties ook nauwelijks meer vrouw:

'Ik heb het heel moeilijk gehad, omdat ik tussen twee culturen was en ik kon niet accepteren dat ik als vrouw als huisvrouw gewoon... [...] Ik voel me met alle dingen die ik moet, al die tijd/jaren heeft me zo veranderd, ik voel me niet meer als vrouw. In onze cultuur gedraag ik me misschien ook meer als man. [...] Je bent eigenlijk én vrouw én man, dus, sommige dingen... je onderhandelt als een man, en tegen klanten ben je heel zacht als

een vrouw zeg maar. [...] Kijk, Turken zeggen tegen mij: "Op jouw label staat 'Made in Turkije', waarom doe je dat, dat kaatst toch af?" Waarom zou ik niet trots kunnen zijn op dat daar 'Made in Turkije' op staat, het is toch zo? En ik merk, heel veel klanten zeggen tegen mij: "Wat goed dat je...". Ik draai ook wel eens Turkse muziek, misschien komen dan Nederlanders niet. Ehm, ik heb er geen last van, ik accepteer dat ik Turkse ben, ik ben ook heel vernederlandst, ik ben eigenlijk niet vernederlandst, in Turkije zijn veel meer mensen die zo als ik zijn en denken.'

Kennelijk werd vanwege haar Turkse etniciteit van haar verwacht dat ze huisvrouw zou wor-

den, wat voor haar niet acceptabel en voldoende was ('als huisvrouw gewoon'). Haar etnische identiteit is regelmatig in conflict met haar gender- en ondernemersidentiteit waardoor ook Dürrin zich in dezelfde gespannen situatie bevindt als Fatna. Door haar bedrijf ervaart zij een tegenstrijdigheid in haar identiteitsconstructies: enerzijds voelt zij zich in relatie tot de Turkse gemeenschap niet meer vrouw aangezien ze ondernemer is en verreweg de meeste Turkse migrantondernemers mannen zijn (83 procent: EIM, 2004). Het lijkt daarom haast vanzelfsprekend dat zij zich in deze context vaak als man gedraagt. Maar aan de andere kant voelt zij zich in relatie tot haar toeleveranciers en klanten soms



man maar soms ook weer vrouw. Binnen de Turkse gemeenschap wordt gender namelijk doorgaans vrij binair geïnterpreteerd (Lesthaeghe & Surkyn 1995), waardoor ondernemerschap aan mannelijkheid wordt verbonden. In zekere mate reproduceert Dürrin dit beeld zelf ook. Ze associeert autonoom opererende personen in publieke sferen, *agentic personages*, met masculiniteit, en mensen die meer gericht zijn op private sferen, *communal personages*, met femininiteit (MacAdams, 1993). Aangezien haar klanten voornamelijk vrouwen zijn die ze door middel van affectiviteit placht te benaderen, kan zij haar feminie kant in deze relaties wel laten zien.

Dürrin lost deze complexe situatie op door haar migrantenidentiteit in het dagelijkse leven op eigen wijze te interpreteren en opnieuw in te vullen. Anders dan Fatna probeert zij niet om zoveel mogelijk te voldoen aan de normen en waarden van de traditionele Turkse gemeenschap in Nederland. Door haar etnische identiteit vooral te ontleen aan haar beeld van het moderne Turkije, kan Dürrin, meer dan Fatna, zich naast haar ondernemerschap wel profileren als vrouw. Dit is te zien aan het feit dat Dürrin er niet voor schroomt haar Turkse identificatie in haar winkel als marketinginstrument te gebruiken, door bijvoorbeeld Turkse muziek te draaien.

Karima's verhaal

Karima ervaart weer op een andere manier problemen met het combineren van haar verschillende identiteiten:

'Ik heb daar [in Marokko, *auteurs*] nooit gedacht dat ik ondernemster zou worden, maar ik heb wel altijd gedacht om zelfstandig te zijn als vrouw, dat wel. [...] [Ik heb gewoon ja gezegd, die man wilde mij, en ik had maar één doel: ik ga naar Europa, dat is wat ik wil. [...] Dat was een strategie. Als een man uit Marokko zou zijn gekomen dan was ik niet getrouwd, dat trek ik niet, dan was ik een keer gevlucht. Mijn moeder was altijd aan

het klagen van: "Aah, ik word gek van dat meisje. Wat moet ik doen?" [...] Het was voor mij onbegrijpelijk dat jongetjes wel van alles mochten en ik niet. [...] Er is geen één vrouw, in Nederland of de hele wereld, die haar doel heeft bereikt zonder zich uit de naad te hebben gewerkt. Mannen niet. Maar goed, het is een feit, en we moeten doorgaan, en ervoor zorgen dat die mannen ook die omschakeling kunnen krijgen. ...dat vrouwen zeggen: "Oké, aan de top komen we niet, maar we gaan ondernemster worden. Ja. We concurreren wel op een andere manier met jullie!" [...] ..als ik zie wat andere allochtone vrouwen doen dan denk ik: Meiden, ik ben trots op jullie!'

Hoewel Karima werd opgevoed met het uitgangspunt dat jongens 'wel van alles mochten' en vrouwen niet, kon zij zich niet neerleggen bij een toekomst als ondergeschikte vrouw binnen een patriarchale maatschappij. Dit wordt bevestigd door haar uitspraak dat ze niet begreep dat jongetjes wel van alles mochten en zij niet, en dat vrouwen veel harder dan mannen moeten werken om hun doel te bereiken. Daarom identificeert Karima zich sterk met vrouwen, en is trots op andere allochtone vrouwen die de concurrentie met mannen aangaan, bijvoorbeeld door ondernemerschap. Paradoxaal genoeg koos Karima voor een strategie zich aan een man te binden waarvan ze wist dat die uit Marokko zou vertrekken, om aan een patriarchale samenleving te kunnen ontsnappen en zelfstandigheid te kunnen claimen. Het lijkt alsof Karima vanwege deze traditionele genderdefinities in zijn geheel afstand heeft genomen van haar migrantenidentiteit, zoals uit onderstaand fragment blijkt:

'Ik voel me dus absoluut geen allochtoon... [...] Ik woon hier ook al 27 jaar, ik heb helemaal geen band meer met mijn land, absoluut niet, nee. [Interviewer: *En ook niet met de Marokkaanse gemeenschap?*] Ook niet veel nee, absoluut niet... [...] Ik heb ook maar één

adviseur en dat is God. [...] In het geloof is nooit verboden dat een vrouw niet mag studeren. [...] Jawel, religie is voor mij iets heel belangrijks, maar als religie mij iets beperkt in een bepaald iets dan heb ik daar een probleem mee. [...] Als ik een bepaalde bijdrage wil leveren aan de samenleving dan kan ik niet iedere keer met die hoofddoek aankomen!

Bovenstaand fragment suggereert dat niemand haar kan voorschrijven hoe zij zich moet gedragen, Karima heeft 'maar één adviseur en dat is God'. Door zich te distantiëren van haar 'allochtoon'-zijn, alleen verantwoording af te leggen aan God, en te stellen dat het binnen het geloof nooit verboden is als vrouw te studeren, kan zij weerstand bieden aan de als benauwend ervaren ideeën over gender die door bepaalde migranten worden gehanteerd. Wel lijkt Karima beïnvloed door het vigerende ondernemerschapdiscours waarin ondernemers zich 'westers' moeten gedragen (Ogbor, 2000) en kleden; aangezien ze zegt dat een hoofddoek niet past in dat beeld. Maar door gebruik te maken van de ruimte die de islam biedt om haar religie zelf vorm te geven – immers 'the Islamic community is open to anyone' (Buitelaar 1998: 44) – is het voor haar toch mogelijk om én onderneemster, én moslima te zijn.

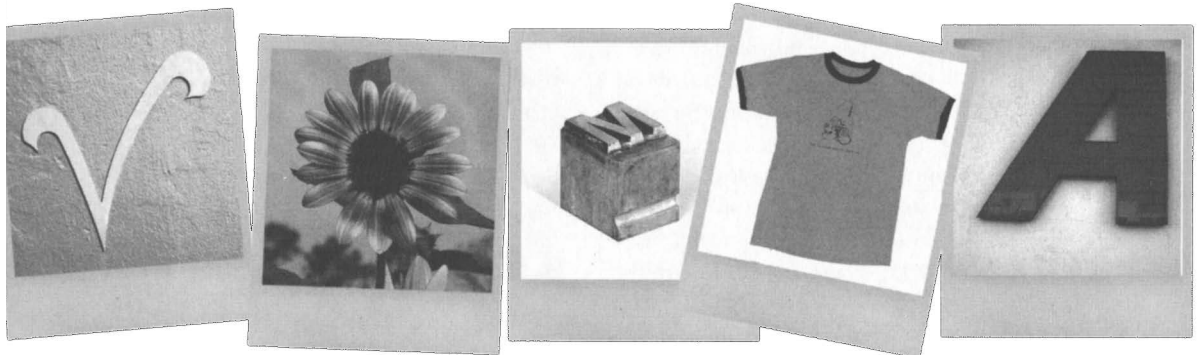
Fatna past zich aan en rekt normen op, Dürin verzet zich en Karima's strategie is die

van de ontsnapping. Zij is geëmigreerd, heeft afstand genomen van haar Marokkaanse identiteit, en gebruikt het religieuze discours over gender als alternatief voor het etnisch gegerende discours. Zo tracht Karima de schijnbare tegenstrijdigheid van gender, etniciteit en ondernemerschap te vermijden.

Leila's verhaal

Voor Leila lijkt de tegenstrijdigheid van etniciteit, gender en ondernemerschap nog minder sterk te spelen dan voor de anderen:

'...als ik het nu analyseer: een vrouw is over de hele wereld een vrouw, werkende vrouw is op de hele wereld een vrouw, vrouwen op een topositie hebben dezelfde lasten, lusten, dezelfde zorgtaken, een vrouw krijgt overal een kind. En we zitten toch in een samenleving waar de mannen eh... [ze zoekt naar een woord, auteurs]....[Interviewer: *Patriarchale samenleving?*] Ja, dus dat maakt de positie van de vrouw heel erg universeel. [...] Dan denk je soms ook van: waarom zou een malloot uit Nederland zich willen richten tot de problematiek van de besnijdenis van vrouwen? Maar dat doe je omdat je wilt dat de kennis en de mogelijkheden wat je hebt ingezet en gebruikt kunnen worden in een bepaalde strijd van andere vrouwen elders op de wereld. [...] Bij het geval van meer Turkse, of vrouw, weet je... in heel veel opzichten pro-



beer ik me vaak als wereldburger te zien, niet aan grenzen vast te leggen, maar er zijn momenten waar ik me meer Turkse voel, of eigenlijk Turks-Nederlands. Want ik heb veel affiniteit met Turkije, maar ook met Nederland. Want ik ben onderdeel van deze samenleving. En, ik merk bijvoorbeeld als ik een zakelijke taal wil gebruiken, ook als ik kritiek heb, dat ik dat automatisch in het Nederlands doe. Maar dingen die op je emoties zitten, dus ook de liefdevolle dingen, gaan automatisch in het Turks. Ik merkte op gegeven ogenblik ook hier dat mensen, collega's, hier wisten wat *canım* (lieverd) betekende. Dat is iets wat je zegt tegen mensen die je mag. [...] Je functioneert als een brug tussen beide culturen. Een paar jaar geleden maakte ik een programma in mijn geboortestad. Ik wees naar een gecultiveerde boom; de ene helft had oranje limoenen, de andere gele. Ik zei: "Dit is wat migratie betekent: je bent een persoon met twee culturen in je."

Leila identificeert zich hoofdzakelijk met haar vrouwzijn, wat tot uitdrukking komt in haar documentaires over onderdrukte vrouwen waarmee ze de positie van vrouwen wil verbeteren en het feit dat ze herhaaldelijk refereert aan de gemeenschappelijke positie van vrouwen binnen een patriarchale maatschappij (Walby, 1997). Ze ziet zichzelf verder niet als alleen Turkse of Nederlandse, maar als een wereldburger die zich niet begrensd wil zien. Haar presentatie lijkt hybride te zijn: ze rookt, draagt moderne sieraden, maar ook een 'oriëntaalse' jurk. Daarnaast gebruikt ze de Nederlandse taal voor zakelijke uitdrukkingen, en de Turkse taal voor de sociale omgang binnen haar bedrijf. Haar metaforische verwijzing naar de limoenboom waar verschillende kleuren in één waren gecultiveerd, illustreert deze hybride positie. Leila ziet haar transnationale positie als een voordeel voor het maken van haar producties, die vaak over vrouwen gaan. Op deze momenten zijn haar etnische, gender en ondernemersidentiteit in harmonie,

en kan ze de universele onderdrukking van vrouwen aan de kaak stellen. Door haar 'hybride etniciteit' (Anthias, 2001) in te zetten lijkt het voor Leila op het eerste gezicht wat eenvoudiger om met in beginsel complexe situaties om te kunnen gaan dan de andere vrouwen.

Dit komt ook omdat het Leila door haar familie mogelijk werd gemaakt een hybride etniciteit te ontwikkelen, zoals uit onderstaand fragment blijkt:

'...ik was een van de eerste vrouwen die ging scheiden, in '84 werd hij [haar vader, *auteurs*] door zijn eigen vrienden gezegd: "Als je dat niet tolereert zal ze dat niet doen". En hij had zoiets van: "Nou ja". Snap je wat ik bedoel? Een zware keuze. En hij heeft me dus enorm gesteund zodat ik mijn opleidingen kon doen, met het kind en zo, de opvang en zo, en dat was heel lief om op een bepaalde manier te merken...'

Leila's vader trok zich weinig aan van hoe 'anderen' over zijn dochters autonome gedrag spraken, ondanks dat het een zware keuze was. Eer en schande speelden aldus een kleine rol in Leila's geschiedenis en haar vader's opstelling ondersteunde Leila in de ontwikkeling van haar vrouwelijke autonomie evenals haar hybride etniciteit. Hierdoor is het voor Leila een stuk makkelijker haar gender, etnische en ondernemersidentiteit met elkaar te combineren dan bijvoorbeeld voor Fatna, wier omgeving veel minder ruimte laat haar meer-voudige identiteiten zelf in te vullen.

Mogelijkheden voor agency

Onze studie naar de complexe constructie van VOMTAs' ondernemersidentiteiten illustreert dat hoewel deze vrouwen op diverse wijze invulling geven aan hun identiteiten, alle geïnterviewde onderneemsters in meer of mindere mate een spanning ervaren bij de intersectionele constructie van gender, etniciteit en ondernemerschap. Deze spanningen doen

zich op verschillende manieren voor, en bovendien gaan ze er ieder op een eigen wijze mee om. De strategie van de *weg van geleidelijkheid* (Fatna) kenmerkt zich door het geleidelijk oprekken van grenzen en voorzichtig gedrag. Bij de *verzet en non-conformisme* strategie (Dürriin) worden de definities van gender en etniciteit voortdurend uitgedaagd en worden grenzen verlegd. Binnen deze benadering wordt de gendersubtekst in het ondernemerschap continu overschreden, vervaagd en ontkennd (Bruni, Gherardi & Poggio, 2004). Binnen de *ontsnappingsstrategie* (Karima) wordt bewust afstand genomen van de Marokkaanse (of Turkse) afkomst ten behoeve van vrouwelijke autonomie. Het *benadrukken van een hybride etniciteit* (Leila), waarin beide etnische kaders op eigen wijze geïntegreerd worden, leidt ten slotte tot een meer individuele interpretatie van genderidentiteit. Dit biedt tevens een uitgangspunt voor de ontwikkeling van een meervoudige culturele competentie ten behoeve van het ondernemerschap.

Dit wil overigens niet zeggen dat er bij de andere strategieën geen meervoudige culturele competenties ontwikkeld kunnen worden. Het is verder geenszins onze bedoeling een vooruitgangsemancipatie te suggereren met de volgorde van de strategieën of te suggereren dat de ene strategie beter of succesvoller is dan de andere. De strategieën reflecteren de tijd en de plaats waarop de levensverhalen zijn opgetekend. Wat op enig moment werkbaar bleek, hoeft dat op een ander moment niet meer te zijn en er zullen dan ook andere strategieën ontwikkeld worden.

Uit deze levensverhalen kunnen we concluderen dat de geïnterviewde VOMTAs in bepaalde situaties met nauwe en soms tegenstrijdige genderdefinities geconfronteerd worden. Een structurele beperking vormen de genderspecifieke gedragsregels onder migranten omtrent eer en schande. Deze regels maken het voor VOMTAs moeilijker zich binnen de grenzen van etnische vrouwelijkheid te gedragen én ondernemer te zijn. Het voorko-

men van structurele beperkingen wil echter niet zeggen dat er geen handelingsmogelijkheden overblijven. Immers, de levensverhalen bewijzen dat het wel degelijk mogelijk is om én ondernemer én van Turkse/Marokkaanse afkomst én vrouw te zijn. In alle verhalen is te zien hoe de ondernemsters de combinatie van gender, etniciteit en ondernemerschap naar hun hand zetten. Zo benadrukt Leila's verhaal dat wanneer 'relevante anderen' als minder restrictief ervaren worden, zij multiculturele bruggen kan slaan. En Dürriin kan bijvoorbeeld haar etnische identiteit commercialiseren ten behoeve van haar ondernemerschap, terwijl Karima een voorbeeldfunctie voor andere allochtone vrouwen kan vervullen, door zich met haar religie te identificeren in plaats van met haar Marokkaans-zijn. Ten slotte vergroot Fatna haar autonomie als vrouw door juist haar genderidentiteit in sommige ondernemerssituaties te marginaliseren.

Kortom, dit artikel heeft laten zien hoe gender, etniciteit en ondernemerschap enerzijds met elkaar op gespannen voet staan, en anderzijds juist ten dienste van elkaar staan. De intersectionaliteit van gender, etniciteit en ondernemerschap maakt deze VOMTAs dus niet afhankelijk, maar verschaft hen *agency*. Dwars tegen alle dichotomieën en stereotiepe verwachtingen over migrantenvrouwen in, ontwikkelen ze strategieën om met de spanningen tussen gender, etniciteit en ondernemerschap om te gaan. Deze strategieën van deze geïnterviewde VOMTAs illustreren hoe deze ondernemsters gender en etniciteit in de praktijk van alledag 'doen'. Ze laten zien hoe VOMTAs continu in onderhandeling treden over de betekenissen van gender en etniciteit met verschillende 'relevante anderen' en ook met zichzelf. Deze VOMTAs overschrijden bestaande grenzen en vernieuwen bestaande routines in identiteiten rond ondernemerschap, etniciteit en gender. Vanwege de manier waarop zij ondernemerschap opnieuw definiëren kunnen ze met recht als pioniers worden beschouwd.

Noten

1. In de jaren zestig werden zowel Turkse en Marokkaanse mannen door de Nederlandse industrie en overheid gerekruteerd als 'gastarbeiders' om de tekorten op de arbeidsmarkt te ondervangen. Het overheidsbeleid in de jaren zeventig was gericht op familiehereniging, waardoor de meeste gastarbeiders in Nederland bleven. Naast deze vergelijkbare migratiegeschiedenis, een mediterrane cultuur, en islamitische affiliatie, hebben de Turken en Marokkanen een vergelijkbare positie op de arbeidsmarkt (CBS, 2004), vandaar dat Turken en Marokkanen in Nederland vaak als één groep bestudeerd worden (Lesthaeghe & Surkyn, 1995). Wij zijn dan ook meer geïnteresseerd in de variatie binnen de groep, dan dat we een systematische crossnationale vergelijking nastreven.
2. Hoewel er in veel ontwikkelingslanden juist veel vrouwen, al dan niet informeel dan wel marginaal, werkzaam zijn als ondernemer, neemt dit niet weg dat ondernemerschap in vele culturen een masculiene connotatie heeft. Sadiqi & Ennaji (2006) en Jansen (2004) stellen bovendien dat het voor vrouwen in islamitische culturen over het algemeen weinig geaccepteerd is om de grens tussen de private en publieke sfeer te overschrijden. Het verdienen van geld wordt dan ook in de publieke sfeer meestal zo onopvallend mogelijk gedaan om de illusie van het private en vrouwelijke in stand te kunnen houden.
3. Tijdens het interview discussieerden Fatna's zussen niet alleen af en toe mee, maar kwam haar vader ook enkele malen langs. Dit zou de reden kunnen zijn waarom Fatna er de voorkeur aangaf een vervol ginterview te laten plaatsvinden bij de eerste auteur van dit artikel thuis. Op deze manier had ze meer de gelegenheid om openlijk over haar identiteiten te praten, zonder dat ze zich 'in de gaten' gehouden voelde door haar vader of haar zussen. Een interview tussen twee vrouwen alleen zou het daarnaast voor Fatna makkelijker kunnen maken gendersensitieve thema's aan te snijden.

Literatuur

- Alvesson, M. & Sköldb erg, K. (2000). *Reflexive methodology*. London: Sage.
- Anthias, F. (2001). New hybridities, old concepts: The limits of 'culture'. *Ethnic and racial studies*, 24, 4, 619-641.
- Ashcroft, B., Griffiths, G., & Tiffin, H. (1998). *Key concepts in post-colonial studies*. London/New York: Routledge.
- Bruni, A., Gherardi, S. & Poggio, B. (2004). Doing gender, doing entrepreneurship: An ethnographic account of intertwined practices. *Gender, work and organization*, 11, 4, 406-429.
- Buitelaar, M. (1998). Between ascription and assertion; The representation of social identity by women of Moroccan descent in the Netherlands. *Focaal*, 32, 29-50.
- Buitelaar, M. (2002). Negotiating the rules of chaste behaviour: re-interpretations of the symbolic complex of virginity by women of Moroccan descent in The Netherlands. *Ethnic and racial studies*, 25, 3, 462-489.
- Calás, M. & Smircich, L. (2006). From 'the Woman's point of view ten years later: Feminist approaches to organization studies. In: S. Clegg, C. Hardy & W. Nord. *The handbook of organizational studies*. (pp. 256-284) New York: Sage.
- CBS (2004). *Allochtonen in Nederland 2004*. Voorburg/Heerlen: CBS.
- Crenshaw, K. (1997). Intersectionality and identity politics: Learning from violence against women of color. In: M. Shanley & U. Narayan. *Reconstructing political theory*. (pp. 178-193) University Park, PA: The Pennsylvania State University Press.
- Eagly, A. & Karau, S. (2002). Role congruity theory of prejudice toward female leaders. *Psychological review*, 109, 3, 573-598.
- EIM (2004). Monitor Etnisch ondernemerschap. Zoetermeer: EIM.
- Ghorashi, H. (2003). Ways to survive, battles to win: Iranian women exiles in the Netherlands and the US. Nijmegen, New York: Nova Science Publishers.
- Haraway, D. (1991). Situated knowledges: The science question in feminism and the privilege of the partial perspective. In: D. Haraway. *Simians, cyborgs*

- and women: the reinvention of nature* (pp. 183-201). London: Free associations books.
- Jansen, W. (2004). The economy of religious merit. Women and ajr in Algeria. *Journal of North African Studies*, 9(4), 1-17.
- Kets de Vries, M. (1985). The dark side of entrepreneurship. *Harvard Business Review*. November-December, 160-167.
- Kloosterman, R., Leun, J. van der, & Rath, J. (1999). Mixed embeddedness: (In)formal economic activities and immigrant businesses in the Netherlands. *International journal of urban and regional research*, 23, 2, 252-266.
- Lesthaeghe, R. & Surkyn, J. (1995). Heterogeneity in social change: Turkish and Moroccan women in Belgium. *European journal of population*, 11(1), 1-29.
- Lieblich, A., Tuval-Maschiach, R. & Zilber, T. (1998). Narrative research: Reading analysis and interpretation. London: Sage.
- MacAdams, D. (1993). The stories we live by. Personal myths and the making of the self. New York: William Morrow.
- McClelland, D. (1987). Characteristics of successful entrepreneurs. *Journal of creative behaviour*, 21, 3, 219-233.
- Ogbor, J. (2000). Mythicizing and reification in entrepreneurial discourse: Ideology critique of entrepreneurial studies. *Journal of management studies*, 37, 5, 605-636.
- Phalet, K., & Schönplflug, U. (2001). Intergenerational transmission of collectivism and achievement values in two acculturation contexts; The case of Turkish Families in Germany and Turkish and Moroccan families in the Netherlands. *Journal of cross-cultural psychology*, 32, 2, 186-201.
- Sadiqi, F. & Ennaji, M. (2006). The feminization of public space: Women's activism, the family law, and social change in Morocco. *Journal of Middle East women's studies*, 2, 2, 86-115.
- Saharso, S. (2002). Een vrouw met twee missies; Reactie op Helma Lutz. *Tijdschrift voor Genderstudies*, 3, 18-23.
- Salih, R. (2001). Moroccan migrant women: transnationalism, nation-states and gender. *Journal of ethnic and migration studies*, 27, 4, 655-671.
- Thomas, A. & Mueller, S. (2000). A case for comparative entrepreneurship: Assessing the relevance of culture. *Journal of international business studies*, 31, 2, 287-301.
- Walby, S. (1997). *Gender transformations*. London/ New York: Routledge.
- Wekker, G. & Lutz, H. (2001). Een hoogvlakte met koude winden. De geschiedenis van het gender en etniciteitsdenken in Nederland. In: M. Botman, N. Jouwe & G. Wekker (red.). *Caleidoscopische visies. De zwarte, migranten en vluchtelingen-vrouwenbeweging in Nederland*. (pp. 25-50) Amsterdam: KIT.

Beeldmateriaal

Foto: Galina Barskaya, Dreamstime.

Illustraties: Gert Jan Bosgra.