



Til ØU

21-06-2010

Orienteringsnotat om projekt Q-iværksættere I og det videre forløb for Q-iværksættere II

Sagsnr.
2010-91286

Dokumentnr.
2010-411195

Indledning

Dette notat indeholder en kort orientering om baggrunden for det første projekt "Q-iværksættere - kom i gang for kvindelige iværksættere med anden etnisk baggrund end dansk" samt en kort opsummering om opnåede resultater. Projektet har været støttet af Integrationsministeriet og forankret i Københavns Erhvervscenter (KEC) fra 2009-2010. Københavns Kommune har efter succesen af det første Q-iværksættere projekt besluttet at videreføre projektet i 2010-2011 med midler fra Kick-Start. I det følgende gives en kort procesbeskrivelse og målene for det kommende forløb.

Sagsbehandler
Hait Mbarki

KEC har udover Q-projektet fokus på at skabe bedre rammebetingelser for nydanske iværksættere og virksomhedsejere og indgår fra 2010-2013 i en række aktiviteter og indsatsområder i regi af det nationale initiativ Etnisk Erhvervsfremme.

Baggrund om projekt Q-iværksættere I

Projekt "Kom-i-gang-camps for kvindelige iværksættere med anden etnisk baggrund end dansk" startede den 1. januar 2009 og blev afsluttet ved udgangen af april 2010. Københavns Erhvervscenter har fået tildelt 1,7 mio. kr. i støtte fra Integrationsministeriet.

Hovedformålet for projektet var at gøre initiativrige indvandrerkvinder opmærksomme på muligheden for at blive selvstændige samt at støtte de interesserede kvinder i deres indsats for selvbeskæftigelse og tilknytning til arbejdsmarkedet.

Projektet havde 2 målgrupper:

- 1) Ressourcestærke kvinder som besidder formelle kompetencer og har enten mellemlange eller videregående uddannelser, men mangler det sidste skub for at realisere deres drømme, f.eks. kvinder som enten er kommet til Danmark som medfølgende ægtefælle ("expats") eller kvinder, som er tilflyttere til Danmark i forbindelse med en herboende ægtefælle samt,
- 2) De mindre ressourcestærke kvinder, der har manglende formelle kompetencer, men som rigtig gerne vil, men har svært ved at finde fodfæste på det danske arbejdsmarked, bl.a. fra udsatte boligområder i København.

Aktiviteterne i projektet har bestået af en række kursusforløb på dansk og engelsk, individuel sparring og rådgivning, tematiske workshops og camps. Sidstnævnte var et to dage intensivt camp forløb på Niels Brock, hvor kvinderne bevægede sig fra idé til koncept. Derudover var der sidst i forløbet en konkurrence, hvor en dommerkomité bestående

**Københavns
Erhvervscenter**

Njalsgade 13
2300 København S

Telefon
3366 3276

Mobil
2677 7270

E-mail
HMB@okf.kk.dk

www.kk.dk

af specialister fra erhvervslivet gav feedback på deltagernes forretningsidéer og tildelte priser til de bedste forretningsidéer.

Projektets resultater

Hele projektet og de enkelte aktiviteter er blevet evalueret af Oxford Research. Med udgangspunkt i evalueringen, vil der følgende blive givet en kort opsummering af projektets resultater:

- 1) I alt har mere end 300 kvinder været igennem forløbet fra januar 2009 til april 2010. Heraf oplyste 224 kvinder deres kontaktoplysninger. I gennemsnit deltog 25-30 kvinder i de forskellige gruppeaktiviteter.
- 2) Erhvervsaktører blev opmærksomme på etniske kvinders potentiale indenfor iværksætteri: Merkur Bank, Deloitte, Think Tank Talent, Væksthus Hovedstaden og foreningen Kvindelige Virksomhedsejere deltog i en rådgivnings- og dommerkomité, der blev tilknyttet projektet. Deloitte sponsorerede 20.000 kr. til prisen årets kvindelige iværksætter, som blev uddelt ved projektets afslutning.
- 3) I løbet af projektet har 18 af deltagerne startet egen virksomhed. Herudover har projektet også hjulpet kvinder, der allerede var startet med at forbedre deres forretningsidéer og kompetencer.
- 4) Projektet har ikke bidraget med at få flere af deltagerne i ordinært arbejde. Til gengæld er antallet af deltagere under uddannelse steget samtidigt med, at andelen af deltagere på kontanthjælp eller dagpenge er faldet. Ved projektets start var 6 ud af de 62 deltagere, som har besvaret det afsluttende spørgeskema, under uddannelse. Ved projektets ophør var antallet steget til 9. Desuden var 9 deltagere på kontanthjælp ved projektets start. Dette var faldet til 4 deltagere ved projektets afslutning.

Procesbeskrivelse for Q-iværksættere II og forventede resultater

Med succes af det første projekt, besluttede Københavns Kommune at videreføre projektet i 2010-2011, støttet med midler fra Kick Start. Der er på nuværende tidspunkt 40 deltagere på ventelisten til det næste Q projekt, som starter efter sommerferien. Det næste forløb er opdelt i to hovedfaser.

Fase 1: Rekruttering og Screening (august 2010 – januar 2011)

Projektforløbet startes ud med informationsmøder, hvor konceptet for Q-iværksættere introduceres. Derudover vil der være en række aktiviteter, hvor deltagernes kompetencer og ideer afklares.

Mål for fase 1:

- 350 kvinder skal deltage i de indledende møder

Fase 2: Opkvalificering (februar 2011- december 2011)

Det overordnede formål med denne fase er, at opkvalificere og hjælpe deltagerne med at udvikle deres ideer til bæredygtige forretningsplaner gennem en serie af kurser, workshops, individuel rådgivning og et camp-forløb. Erfaringer fra det første forløb har vist, at de kvindelige iværksættere besidder en bred vifte af kompetencer. Derfor er der i dette forløb indtænkt 3 forskellige spor, som kvinderne har mulighed for at vælge sig ind på: vidensiværksætteri, social iværksætteri og traditionel iværksætteri. Derudover indgår et konkurrenceelement, hvor deltagerne vil have mulighed for at indlevere deres forretningsplaner til et dommerpanel bestående af repræsentanter fra erhvervslivet. Sidst i forløbet vil der være en kåring af årets kvindelige iværksættere på Københavns Rådhus.

Mål for fase 2:

- 300 kvinder deltager gennemsnitligt i 3 arrangementer i løbet af hele projektperioden
- 60 deltagere gennemfører et camp forløb
- 30 forretningsplaner indleveres
- 20 forretningsplaner bedømmes af et dommerpanel
- 15 deltagere starter egen virksomhed

Målgruppe i fase 2

- (1) Ressourcestærke kvinder som besidder formelle kompetencer og har enten mellemlange eller videregående uddannelser, men mangler det sidste skub for at realisere deres drømme. Tidligere erfaringer viser, at der er et stort potentielle for iværksætteri blandt kvinder, som enten er kommet til Danmark som medfølgende ægtefælle til "expats" eller kvinder, som er tilflyttere til Danmark i forbindelse med en herboende ægtefælle. Manglende kendskab til det danske sprog kan være en af de typiske barrierer for, at kvinderne har svært ved at komme ind på det danske arbejdsmarked umiddelbart efter ankomst. Derfor er det oplagt, at kvinderne får muligheden for at blive selvstændige samt at tilbyde dem et iværksætterforløb på engelsk, der muliggøre en smidigere inklusion i det danske samfund.
- (2) De mindre ressourcestærke kvinder, der har manglende formelle kompetencer. Erfaringer fra Q1 viser, at der er et stort iværksætterpotentiale blandt kvinder, som enten er første eller anden generations indvandrere. Kvinderne er meget motiveret, men mangler tiltro til deres egne kompetencer i forhold til iværksætteri og har derfor brug for en praktisk og procesorienteret program, der guider dem igennem de forskellige stadier ved opstart.

Evaluering af Projekt: Kom-i-gang-camps for kvindelige iværksættere med anden etnisk baggrund end dansk, udarbejdet af Oxford Research A/S, maj 2010.



Evaluering af

Projekt: Kom-i-gang-camps for kvindelige iværksættere med anden etnisk baggrund end dansk

Udarbejdet af Oxford Research A/S for Københavns Erhvervscenter

Maj 2010

Indhold

Sammendrag	4
1. Indledning	8
1.1 Projektets baggrund og rationale	8
2. Metode	10
2.1 Observation	11
2.2 Interview med projektledelse og projektmedarbejdere	12
2.3 Indsamling af hårde projektdata	12
2.4 Cases	13
3. Projektets formål og indhold	14
3.1 Projektets konkrete målsætninger	15
4. Projektets aktiviteter og resultater	16
4.1 Informationsaktiviteter og rekruttering	16
4.2 Camps	17
4.3 Temaworkshops	18
4.4 Springboard	19
4.5 Opfølgende aktiviteter	20
4.6 Prisoverrækkelse	20
4.7 Samarbejde med erhvervsaktører	21
5. Vurdering af projektets metoder	22
5.1 Camps	22
5.2 Konkurrenceelementet	24
6. Projektets effekter	26
6.1 Deltagernes arbejdsmarkedssituation før og efter projektdeltagelsen	27
6.2 Status på deltageres iværksætterplaner	28
6.3 Deltageres udbytte af projektet	29
7. Cases	31
7.1 Esencia	31
7.1 Montessori Pre-School: International børnehave	33

Sammendrag

'Projekt kom-i-gang-camps for kvindelige iværksættere med anden etnisk baggrund end dansk' blev sat i gang den 1. januar 2009 og blev afsluttet ved udgangen af april 2010. Hovedformålet med projektet var at gøre flygtninge- og indvandrerkvinder opmærksomme på muligheden for at blive selvstændige og støtte de interesserede kvinder i deres indsats for selvbeskæftigelse og tilknytning til arbejdsmarkedet. Derudover har projektet haft ambitioner om at skabe en bedre forståelse for etniske kvinders vilkår for at starte egne virksomheder og at udvikle et pædagogisk koncept til et iværksætterforløb målrettet etniske kvinder.

Hovedideen bag projektets aktiviteter var at skabe et kursusforløb, der kombinerede individuel rådgivning og sparring med et kollektivt forløb bestående af fælles aktiviteter. På denne måde kunne man nå ud til en stor gruppe af potentielle kvindelige iværksættere. Samtidigt var tanken, at de fælles aktiviteter ville skabe synergieffekter. Fællesskabet omkring kursusforløbet skulle skabe større engagement blandt de deltagende, samt udstyre kvinderne med mulighed for at udvide deres forretningsmæssige netværk og møde ligesindede med samme udfordringer og drømme. Udover en række forskellige tematiske workshops var et af aktivitetsmålene i projektet at udvikle og gennemføre to såkaldte 'kom-i-gang-camps' for kvindelige etniske iværksættere. Formålet med disse camps var at få kvinderne til at arbejde med deres koncepter og forretningsplaner i grupper, så de kunne få kreative inputs, sparring og støtte fra hinanden. Herudover havde projektet et konkurrenceelement, hvor en tilknyttet dommerkomite gav feedback på deltagernes forretningsplaner, samt uddelte en række priser til de bedste ideer.

Projektet havde to målgrupper: 1) De mere ressourcestærke kvinder, f.eks. en del indvandrerkvinder fra vestlige lande, der mangler det sidste skub for at realisere deres iværksætterevner, samt 2) de mindre ressourcestærke kvinder, bl.a. fra udsatte boligområder, der både mangler selvtillid og formelle kompetencer.

Projektets konkrete mål og opnåede resultater

- **Mål 1:** Erhvervsaktører, såsom banker, brancheorganisationer og relevante virksomheder, bliver opmærksomme på etniske kvinders potentiale indenfor iværksætteri.

Resultat: Merkur Bank, Deloitte, Væksthus Hovedstaden samt foreningen Kvindelige Virksomhedsejere deltog i en rådgivnings- og dommerkomite, der blev tilknyttet projektet. Herudover sponsorerede Deloitte 20.000 kr. til prisen 'årets kvindelige iværksætter', som blev uddelt ved projektets afslutning. Prisoverrækkelsen foregik på Københavns Rådhus med omkring 200 deltagere, herunder adskillige journalister og Overborgmester Frank Jensen, der stod for at overrække førsteprisen.

- **Mål 2:** Mindst 200 kvinder skal deltage i informationsmøder og 150 i projektets indledende kurser.

Resultat: I løbet af de indledende aktiviteter nåede projektet ud til lidt over 300 kvinder. Heraf oplyste 224 kvinder deres kontaktoplysninger med henblik på at få besked om projektets videre aktiviteter. I gennemsnit deltog 25-30 kvinder i hver af de efterfølgende gruppeaktiviteter.

- **Mål 3:** At afprøve om deltagelse i iværksætterprojektet kan tilføje deltagerne motivation og kvalifikationer i forhold til at komme i ordinært arbejde eller uddannelse

Resultat: Projektet ser ikke ud til at have bidraget med at få flere af deltagerne i ordinært arbejde. Til gengæld er antallet af deltagere under uddannelse steget samtidigt med, at andelen af deltagere på kontanthjælp eller dagpenge er faldet.

- **Mål 4:** At projektet bidrager til skabelsen af min. 10 virksomheder.

Resultat: I løbet af projektet har mindst 18 af deltagerne startet egen virksomhed. Herudover har projektet også hjulpet en række kvinder, der allerede var startet, men som havde behov for hjælp til at forbedre og styrke deres forretningsideer og kompetencer som selvstændige erhvervsdrivende.

- **Mål 5:** At afprøve om det nye koncept kom-i-gang-camps virker i målgruppen. Målsætningen var, at 70-80 kvinder skulle deltage i to camps – én inden for hver af de to forskellige målgrupper.

Resultat: 45 kvinder deltog i en 2-dages camp for den mere ressourcestærke målgruppe. 5 kvinder deltog i campen for den mindre ressourcestærke gruppe.

Evaluators overordnede vurdering af projektet

Det er evaluators vurdering, at projektet er forløbet yderst tilfredsstillende og overordnet set har opfyldt de opsatte kvantitative succeskriterier i forhold til antal deltagere, opstart af virksomheder m.v. Herudover er det særligt positivt, at projektet i høj grad ser ud til at have bidraget til at udvikle og forbedre deltagernes forretningsideer og forretningsplaner.

Projektets store fokus på kollektive aktiviteter, herunder særligt camp-formen, har bidraget med at skabe netværk, engagement og selvtillid blandt de deltagende kvinder. Mange deltagere har udtrykt stor glæde ved netop at være sammen med andre kvinder med samme iværksætterdrømme, og deltagerne har ofte gjort brug af hinanden i sparringsøjemed. Dog bør der nok i fremtidige projekter arbejdes med at tilpasse øvelser og oplæg endnu mere til målgruppen og gøre disse så konkrete som muligt.

Konkurrenceelementet har via en række priser og deadlines, eksempelvis for færdiggørelsen af forretningsplaner, været med til at holde mange af deltagerne til ilden. Desuden har det bidraget med at skabe PR og positiv opmærksomhed omkring projektet. Dette både i forhold til at få flere kvinder med udenlandsk baggrund til at tro på muligheden for at blive selvstændige og i forhold til at skabe mere positiv opmærksomhed omkring indvandreres og flygtninges iværksætterevner.

Projektets strategi med at nå ud til to forskellige målgrupper – dels de ressourcestærke og dels de mindre ressourcestærke - viste sig dog ikke at være holdbar. Dels har det vist sig svært at rumme de to grupper i samme projekt, da deres behov og fremdrift ofte er meget forskellige, og dels er det blevet tydeliggjort, at opkvalificeringen af den tungere målgruppe kræver særlige socialpædagogiske kompetencer med tilsvarende fysiske rammer, som ligger udenfor KEC's nuværende ressortområde og rammer. Herudover tyder det også på, at de metoder projektet har haft fokus på, som eksempelvis camps og konkurrence, formentligt ikke er de rigtige til at nå og motivere mindre ressourcestærke kvinder, der drømmer om at blive iværksættere.

En anden udfordring i projektet har været balancen mellem individuel rådgivning og de mere kollektive aktiviteter. Projektdeltagerne har gennem projektet opsøgt langt mere personlig rådgivning og kontakt med projektets medarbejdere, end der reelt var afsat tid til.

Det kan i øvrigt oplyses, at Københavns Kommune i foråret 2010 har besluttet at bevilge midler, således at projektet fortsætter i resten af 2010 og 2011. Der er i alt bevilget 1,7 mio. kr. Målene for 2. del af projektet er, at 350 kvinder med anden etnisk baggrund skal deltage i mindst tre arrangementer i 2010-2011, og at 25 af disse skal etablere egen virksomhed

Anbefalinger

På baggrund af evalueringen har evaluatoren følgende anbefalinger til fremtidige iværksætterindsatser i forhold til de to forskellige målgrupper:

1. **Camp tilgangen virker** og bør i høj grad også **bruges i fremtidige projekter** i relation til målgruppen af mere ressourcestærke kvinder.
2. Ligeledes har **konkurrenceelementet vist at tilføje projektet værdi** og bør derfor også indtænkes i fremtidige projekter.
3. Det bør også overvejes, om og hvordan man ved projektets ophør eventuelt kan **fortsætte med at kåre 'årets internationale kvindelige iværksætter'** i København.
4. Det bør overvejes om etniske iværksætterprojekter i højere grad skal **fokusere på at bruge ressourcerne på dem, der kan** og som nu bare mangler det sidste skub og professionelle sparring i forhold til at åbne egen virksomhed.
5. **Øvelser og undervisning**, til eksempelvis camps, **skal være konkret og med klar relevans og referencer**, hvis målgruppen skal nås. Dette gælder både projektets målgruppe 1 og 2. Brug af konkrete cases og eksempler fra andre iværksættere bør derfor være i fokus.
6. Fremtidige projekter bør have **mere fokus på løbende vekselvirkning mellem individuel rådgivning og coaching og fælles aktiviteter**. Fællesaktiviteter er særligt gode i forhold til de mere kreative processer som idégenerering og konceptudvikling, men kan ikke gøre det ud for den personlige rådgivning og coaching omkring praktiske ting og individuelle problemstillinger.

1. Indledning

Herværende rapport er den eksterne evaluering af Københavns Erhvervscenters projektet 'Kom-i-gang-camps for kvindelige iværksættere med anden etnisk baggrund end dansk'. Projektet blev gennemført i 2009-2010 med støtte fra Ministeriet for flygtninge og indvandrere og integration og Københavns Kommune og har været målrettet kvinder med anden etnisk baggrund end dansk. Formålet har været at styrke deres iværksætterevner og tro på sig selv, så de i højere grad bliver i stand til at starte egen virksomhed, eller på anden vis styrke deres mulige tilknytning til arbejdsmarkedet. Dette er blevet gjort gennem en række kurser, workshops og såkaldte 'kom-i-gang-camps' samt individuel sparring og rådgivning.

1.1 Projektets baggrund og rationale

Iværksætteri har i de seneste 10 år udviklet sig til at være en af de vigtigste indgange til det danske arbejdsmarked for mange flygtninge og indvandrere. Siden slutningen af 90'erne har der således været et stigende antal danskere med anden etnisk baggrund end dansk, der har valgt at blive selvstændige. Udover at give indvandrere mulighed for at blive selvforsørgende ved at starte egen virksomhed, spiller indvandreraktiviteterne også en meget vigtig rolle som arbejdsgivere for andre indvandrere.

Etniske iværksættere og virksomhedsejere klarer sig dog oftest dårligere end iværksættere med dansk etnisk baggrund. Dette skyldes bl.a. deres koncentration indenfor få brancher med hård konkurrence og lille profitmargin, deres dårlige kontakt og kommunikation med myndigheder, ejernes utilstrækkeligt kendskab til regler og dansk forretningskultur og deres manglende brug af professionel erhvervsrådgivning. Med den rette rådgivningsindsats, der er målrettede etniske iværksætteres særlige behov, har man i Københavns Kommune dog vist¹, at iværksætteri kan være en god og succesfuld vej til selvforsørgelse og fodfæste på det danske arbejdsmarked for flygtninge- og indvandrere.

På trods af, at undersøgelser har vist², at mange kvindelige etniske iværksættere klarer sig langt bedre end deres mandlige iværksætterkollegaer, er der ikke nær så mange etniske kvinder som mænd, der vælger at blive selvstændige erhvervsdrivende. For nogle indvandrerkvinder er det en stor barriere at komme fra kontanthjælp eller et liv som hjemmegående med børn over i selvstændighed. En af de vigtigste faktorer er dog, at kvinder ikke kun har brug for konkret, faglig viden. De har en mere helhedsorienteret tilgang til det at starte virksomhed og de mangler ofte hjælp og støtte til få opbygget troen på, at det er muligt at være selvstændig som kvinde, og at de kan klare det.

¹ Se bl.a. *Dokumentation og analyse af effekterne af opsøgende rådgivning til etniske virksomheder og iværksættere i Københavns Kommune*, EVU 2007 og *Indvandreres tætte netværk: Katalysator eller hæmsko for vækst. Hovedrapport og policybefalinger.* Rezai og Goli (2006).

² Se bl.a. *Dokumentation og analyse af effekterne af opsøgende rådgivning til etniske virksomheder og iværksættere i Københavns Kommune*, EVU 2007 og *Indvandreres tætte netværk: Katalysator eller hæmsko for vækst. Hovedrapport og policybefalinger.* Rezai og Goli (2006)

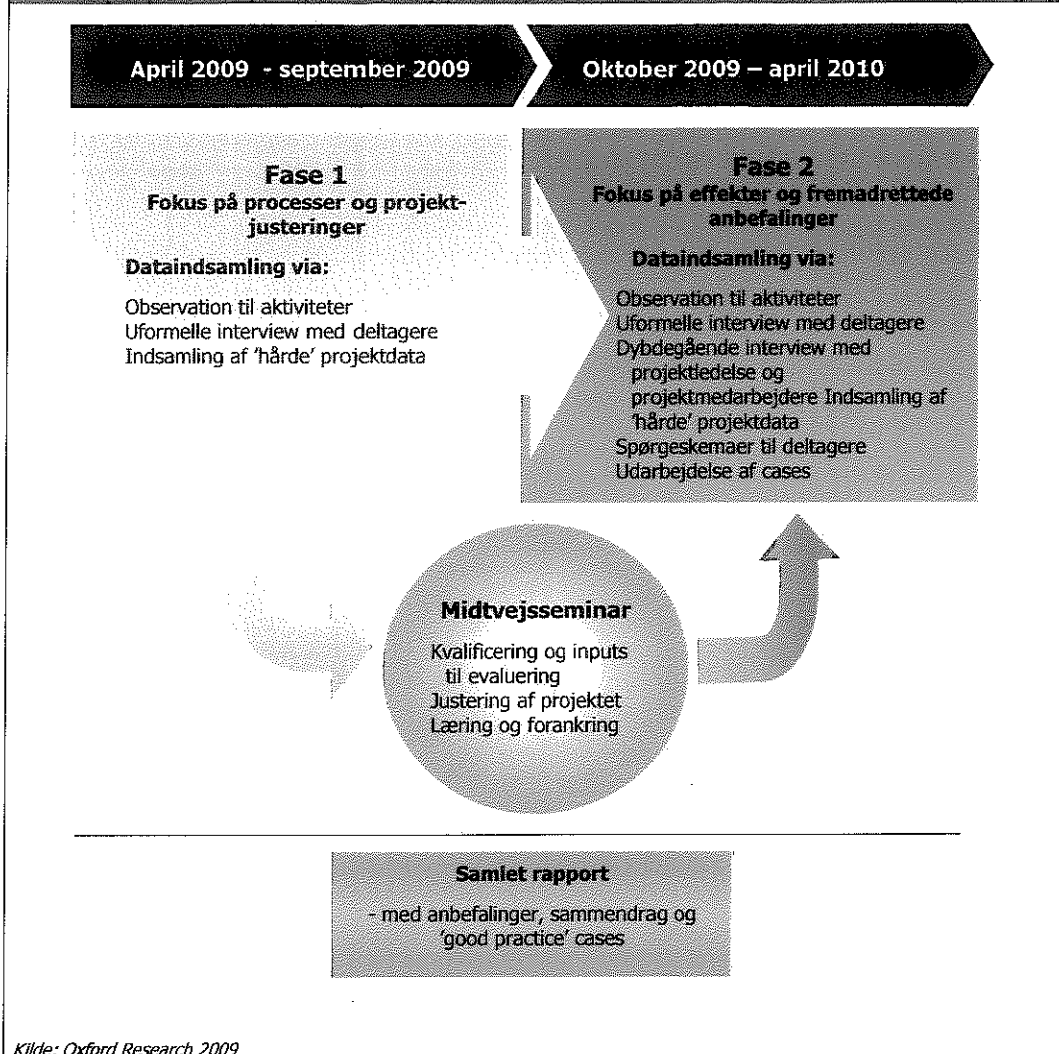
Samtidigt har Københavns Kommunes rådgivningsindsats³ overfor etniske såvel som danske iværksættere vist, at kvinder overordnet set er mere åbne overfor at modtage den nødvendige professionelle rådgivning, inden de starter egen virksomhed end mænd er. Det er på denne baggrund, at KEC igangsatte projektet 'Kom-i-gang-camps for kvindelige iværksættere med anden etnisk baggrund end dansk'.

³ Se bl.a. *Dokumentation og analyse af effekterne af opsøgende rådgivning til etniske virksomheder og iværksættere i Københavns Kommune*, EVU 2007 og *Opsøgende rådgivning af etniske iværksættere – Metode hæfte*, EVU 2006.

2. Metode

Evalueringen er en kombineret effekt- og følgeevaluering, der både stiller skarpt på projektets 'hårde' outputs og effekter, og samtidigt har fokus på processer og organisering og andre mere 'bløde' projekterfaringer og læringsperspektiver undervejs i projektet. Grundlæggende bygger evalueringen på en kombination af observation, kvalitative interview samt indsamling og vurdering af kvantitative projektdata. Herudover er der udarbejdet 3 'good practice' cases, der går mere i dybden og som viser vigtige årsagssammenhænge mellem effekter og projektets metoder og processer, samt illustrere personlig udvikling og vigtige livs- og holdningsændringer hos den enkelte deltager. Figur 2.1. viser evalueringens overordnede design. Efterfølgende er de enkelte metodeelementer nærmere beskrevet.

Figur 2.1: Evalueringsdesign
Evaluering af 'Projekt: Kom-i-gang-camps'



2.1 Observation

En klassisk evaluering indsamler først data, når et projekt er afsluttet. Denne tilgang er god til at måle effekter og resultater, men kan være problematisk i forhold til at evaluere processer og organisering og andre mere 'bløde' projekterfaringer og læringsperspektiver. Ofte vil ens opfattelse af det tidligere skete nemlig ændres ud fra, hvordan projektet afsluttes. Ender projektet med at opfylde alle målsætninger, kan der eksempelvis være en tendens til at man glemmer eller nedtoner tidligere problemstillinger, der ellers ville indeholde værdifuld læring for fremtidige indsatser. Oxford Research har derfor lagt vægt på at følge projektet så nært som muligt fra projektets opstart bl.a. ved at deltage i projektaktiviteter.

Ved at deltage i konkrete projektaktiviteter har evaluator desuden fået mulighed for at gøre antropologiske observationer undervejs, der supplerer data fra interview og de mere 'hårde' projektdata. Dette har eksempelvis været observationer af interaktionen mellem deltagere og

rådgivere/undervisere, interaktionen deltagerne imellem, hvordan rådgiverne/underviserne har formidlet stoffet, m.v.

2.1.1 Uformelle interview med deltagere

I forbindelse med deltagelse i projektets aktiviteter har evaluator desuden gennemført en række uformelle interview med udvalgte deltagere, hvor de er blevet spurgt ind til deres baggrund og mål med at deltage, deres forventninger til forløbet, forventninger til egen udvikling, foreløbig tilfredshed med kurset/forløbet, m.v.

2.2 Interview med projektledelse og projektmedarbejdere

Der er i hver halvdel af projektet blevet gennemført interview med projektledelse og projektmedarbejdere. Interviewene havde form som fokusgruppeinterview og kom ind på en række emner som:

- Hvordan det var gået med målopfyldelsen?
- Hvad var årsagen til at projektet gik godt/dårligt?
- Hvordan projektdeltagerne udviklede sig – både fagligt, videnskæssigt og personligt?
- Hvad fungerede godt/mindre godt i projektet i forhold til både aktiviteter, processer, organisering m.v.?
- Hvilke udfordringer havde der været i forhold til at nå ud til, mobilisere og engagere målgruppen?

2.3 Indsamling af hårde projektdata

Projektet har selv stået for at indsamle og afrapportere en række projektdata som eksempelvis antal deltagere og antal aktiviteter. Herudover er der blevet gennemført to spørgeskemaundersøgelser. En i form af et selvevalueringsskema til deltagerne af den første kom-i-gang-camp, samt et mere effektorienteret spørgeskema, der er blevet delt ud til samtlige deltagere ved projektets afslutning.

I det afsluttende spørgeskema er deltagerne blevet spurgt ind til deres uddannelses- og jobmæssige situation, status på deres iværksætter planer, samt hvad de selv mener at have fået ud af at deltage i projektet. Pga. evalueringens begrænsede ressourcer har KEC selv stået for at gennemføre selve indsamlingen af besvarelser. Oxford Research ved desuden fra tidligere erfaringer, at det for en eksterne evaluator er meget vanskeligt og uhensigtsmæssigt ressourcekrævende at gennemføre spørgeskemaundersøgelser i projektets målgrupper. Dette skyldes bl.a. sproglige barrierer, manglende tillidsrelationer samt ukendskab i målgruppen til spørgeskemaundersøgelser. Projektmedarbejderne derimod har haft langt bedre kontakt, kendskab og fortrolighed med deltagerne end den eksterne evaluator. Det vurderedes derfor også, at det ville højne svarprocenten at lade projektmedarbejderne stå for indsamlingen af besvarelser.

2.4 Cases

Som en central del af evalueringen er der ved projektets afslutning blevet udarbejdet 2 cases. Casene findes til sidst i rapporten og har til formål at vise vigtige årsagssammenhænge mellem effekter og projektets metoder og processer, samt illustrere personlig udvikling og vigtige livs- og holdningsændringer hos den enkelte deltager.

Casene er blevet udarbejdet på baggrund af interview med de relevante projektdeltagere samt med de rådgivere, der har været mest i kontakt med den enkelte deltager.

3. Projektets formål og indhold

Projekt kom-i-gang-camps for kvindelige iværksættere med anden etnisk baggrund end dansk blev sat i gang den 1. januar 2009 og blev afsluttet ved udgangen af april 2010. Efter ønske fra Integrationsministeriet blev projektet rent ansøgnings- og budgetmæssigt delt op i to faser.

Hovedformålet med projektet var at gøre flygtninge- og indvandrerkvinder opmærksomme på muligheden for at blive selvstændige og støtte de interesserede kvinder i deres indsats for selvbeskæftigelse og tilknytning til arbejdsmarkedet. Derudover har projektet haft ambitioner om at skabe en bedre forståelse for etniske kvinders vilkår for at starte egne virksomheder og at udvikle et pædagogisk koncept til et iværksætterforløb målrettet etniske kvinder.

Idéen med projektet blev født i et andet projekt også støttet af Integrationsministeriet, som blev gennemført i 2007. Her blev det konstateret, at der findes en stor iværksætterlyst blandt kvinder med anden etnisk baggrund end dansk, der kun kan realiseres gennem et sammenhængende støtteprogram og samarbejde mellem relevante aktører, herunder uddannelsessteder, erhvervsrådgivere og finansielle institutioner.

Hovedideen bag projektets aktiviteter var at skabe et kursusforløb, der kombinerede individuel rådgivning og sparring med et kollektivt forløb bestående af fælles aktiviteter. På denne måde kunne man nå ud til en stor gruppe af potentielle kvindelige iværksættere. Samtidigt var tanken, at de fælles aktiviteter ville skabe synergieffekter. Fællesskabet omkring kursusforløbet skulle skabe større engagement blandt de deltagende samt udstyre kvinderne med mulighed for at udvide deres forretningsmæssige netværk og møde ligesindede med samme udfordringer og drømme. Udover en række forskellige tematiske workshops var et af aktivitetsmålene i projektet at udvikle og gennemføre to såkaldte 'kom-i-gang-camps' for kvindelige etniske iværksættere. Formålet med disse camps, var at få kvinderne til at arbejde med deres koncepter og forretningsplaner i grupper, så de kunne få kreative inputs, sparring og støtte fra hinanden.

Projektet havde to målgrupper: 1) De mere ressourcestærke kvinder, f.eks. en del indvandrerkvinder fra vestlige lande, der mangler det sidste skub for at realisere deres iværksætterevner, samt 2) de mindre ressourcestærke kvinder, bl.a. fra udsatte boligområder, der både mangler selvtilid og formelle kompetencer. I løbet af projektet viste det sig dog yderst svært at få mobiliseret den mindre ressourcestærke gruppe af indvandrer- og flygtningekvinder. Dette mener evaluator bl.a. skyldes projektets valg af metoder og det faktum, at der ofte skal en meget helhedsorienteret og omfattende social- og opkvalificeringsmæssig indsats til at løfte denne målgruppe, hvilket rent fagligt såvel som ressourcemæssigt ofte er en for omfattende opgave for de fleste iværksætterprojekter. Dette vil løbende blive uddybet i rapporten⁴.

⁴ Se desuden projektets statusrapport fra september 2009 hvor denne udfordring også beskrives detaljeret.

3.1 Projektets konkrete målsætninger

Projektet konkrete målsætninger kan deles op i 5 overordnede delmål:

1. Erhvervsaktører, såsom banker, brancheorganisationer og relevante virksomheder, bliver opmærksomme på etniske kvinders potentiale indenfor iværksætteri. Målet var at danne et **partnerskab med relevante erhvervsaktører**, der ville medvirke i projektets dommerkomite, **finansiering af deltageres forretningsplaner** og/eller en **iværksætterpris i regi af projektet**.
2. Kvinderne indenfor de to målgrupper bliver opmærksomme på mulighederne for at blive selvstændige erhvervsdrivende. Målet var at mindst **200 kvinder skulle deltage i informationsmøder og 150 i de indledende kurser**.
3. At afprøve om deltagelse i iværksætterprojektet kan tilføje deltagerne motivation og kvalifikationer for at komme i ordinært arbejde. Målet var at **mindst 30% af deltagerne i projektets camps skulle være i ordinært arbejde eller uddannelse** efter projektet.
4. At projektet bidrager til **skabelsen af min. 10 virksomheder**.
5. At afprøve om det nye koncept kom-i-gang-camps virker i målgruppen. Målsætningen var desuden at **70-80 kvinder skulle deltage i to camps** – én inden for hver af de to forskellige målgrupper.

4. Projektets aktiviteter og resultater

I dette afsnit gennemgås projektets vigtigste aktiviteter og resultater. Med resultater menes projektets umiddelbare outputs såsom antal deltagere og gennemførte aktiviteter.

4.1 Informationsaktiviteter og rekruttering

Et af projektets delmål var som nævnt at skabe større opmærksomhed blandt de to målgrupper af etniske kvinder omkring iværksætteri som en vej til selvrealisering og selvstændighed. Projektets første aktiviteter var derfor centreret omkring at udbrede informationer om mulighederne for at blive selvstændig og hvilken hjælp og assistance, man i Danmark/København kan få til dette. Herunder med særligt fokus på muligheden for at deltage i projektet.

Projektet afholdt bl.a. en række indledende informationsmøder i Tingbjerg, Verdens Kulturcentret, Nørrebro Bibliotek, Mjølnerparken, CBSI (Nord-Vest), Cafe Bar-2-K. m.fl. Stedene blev udvalgt, så man i projektet var nogenlunde sikker på at nå ud til begge projektets målgrupper. Herudover blev der trykt informationsmateriale om projektet, som blev delt ud til klubber, foreninger og boligsociale projekter.

Projektmedarbejderne oplevede, at det var let at komme i kontakt med interesserede kvinder. Dette både kvinder med uddannelse og stærke formelle kompetencer, samt kvinder med iværksætterdrømme, men uden de store formelle kompetencer. Desuden kom projektet i kontakt med en del kvinder, som ønskede at finde ud af mere om det at blive iværksætter, men som hverken havde en forretningside, eller var afklarede om livet som selvstændig i virkeligheden var noget for dem. Denne gruppe var svær at håndtere for projektet, da de typisk har brug for lang tid til at opnå en endelig afklaring.

I løbet af de indledende aktiviteter nåede projektet ud til lidt over 300 kvinder. Heraf oplyste 224 kvinder deres kontaktoplysninger med henblik på at få besked om projektets videre aktiviteter. Målet om at få mindst 200 kvinder til at deltage i informationsaktiviteter blev således i høj grad nået.

For de kvinder, der var motiverede til at blive selvstændige, men som manglede kompetencer og ressourcer til at drive en virksomhed helt på egen hånd, havde projektet desuden et mål om at starte et kollektivt iværksætterhold, der skulle udmøntes i en eller flere kooperativer eller lignende kollektive virksomheder. Denne aktivitet blev dog opgivet, da det ikke viste sig muligt at finde en passende selskabsform og en struktur for forløbet, der både ville tage de nødvendige hensyn til kvindernes økonomiske formåen og kompetencer og reglerne om, at offentligt finansierede projekter ikke må virke konkurrenceforvridende. Desuden viste det sig, at træningen af denne målgruppe kræver særligt socialpædagogiske kompetencer med tilsvarende fysiske rammer, som ligger udenfor KEC's nuværende ressortområde og rammer. Projektet valgte derfor at flytte mere fokus til kvinderne i målgruppe 1:

"Vi blev mere og mere overbevist om, at de fleste i målgruppe 2, som er den lidt tungere gruppe, har brug for nogle andre rammer - både fysiske og pædagogiske - end dem som vores projekt kunne tilbyde. Samtidigt var der mange flere af de motiverede og engagerede kvinder, end vi havde regnet med, hvilket gjorde det naturligt at flytte projektets fokus til disse".

- Shahriar Shams Ili, projektleder KEC

4.2 Camps

En af de nye metoder i projektet, i forhold til at fremme iværksætteri blandt kvinder med anden etnisk baggrund end dansk, var de såkaldte kom-i-gang-camps. Camps er et kendt koncept fra erhvervslivet og blandt andre aktører, der arbejder med iværksætteri og innovation. Ideen er at bringe en række aktører sammen i et intensivt forløb over en til to dage, hvor de fokuserer på i fællesskab at udvikle kreative ideer, løsninger, koncepter m.v. Formålet med projektets 'kom-i-gang-camps' var, som tidligere nævnt, at få kvinderne til at arbejde med deres koncepter og forretningsplaner i grupper, så de kunne få kreative inputs, sparring og støtte fra hinanden.

Inden de egentlige camps løb af stablen blev samtlige kvinder inviteret til en række introducerende workshops. Disse aktiviteter skulle dels bruges til at hjælpe deltagerne med yderligere afklaring omkring deres iværksætterdrømme og dels til at udvælge deltagere til de to camps samt at forberede de udvalgte deltagere bedst muligt på deres camp-deltagelse.

Den 11. marts blev der således afholdt en workshop om 'Coaching: hvilken type iværksætter er jeg?'. Formålet med workshoppen var at give deltagerne et indblik i de personlige egenskaber, der typisk kræves af en iværksætter. Den 30. marts blev der holdt et 'Startkursus', hvor de administrative aspekter ved at starte en virksomhed blev belyst. Den samme dag fik deltagerne mulighed for at shoppe rundt i KEC's udvalg af rådgivere og tale med erhvervsrådgivere og specialister som advokater og revisorer. Den 7. april afholdtes en workshop om networking, hvor fokus var på, hvordan deltagerne kunne bruge hinanden professionelt, og den 29. april blev der holdt en 'Præsentationsdag', hvor de interesserede kvinder blev inviteret til at tale med projektets medarbejdere individuelt. Her fik de mulighed for at give en mere detaljeret beskrivelse af sig selv og deres idéer. Kandidater til den første 'kom-i-gang-camp' blev udvalgt på baggrund af deres præsentationer. I udvælgelsen blev der lagt vægt på de personlige egenskaber, deres drivkraft og graden af deres afklaring. Kandidaterne blev derefter inviteret til en workshop om 'Kreativitet, innovation og iværksætteri', som blev holdt i samarbejde med Niels Brock den 27. maj 2009 - 2 uger før afholdelse af campen. På workshoppen fik deltagerne et førstehåndsindtryk af camp-konceptet og hvad der forventedes af dem.

Deltagerantallet til de introducerende og forbedrende aktiviteter vekslede noget fra gang til gang. I gennemsnit var der dog 25-30 deltagere til aktiviteterne.

4.2.1 Camp 1

Den første camp blev afholdt over to hele dage i samarbejde med Niels Brock. Campen var primært rettet mod deltagere fra projektets målgruppe 1, altså de kvinder, der både er motiverede, forholdsvist afklarede og har formelle kompetencer. Fokus var på videreudvikling af deltagerens koncepter og forretningsideer og campen blev derfor kaldt for 'concept-camp'.

Campen foregik i Niels Brocks iværksætterhus på Nørrebro, og undervisning såvel som workshops blev begge dage ledt af to undervisere fra Niels Brock med speciale i iværksætteri og innovation.

56 deltagere blev inviteret til campen. 11 meldte afbud pga. eksamen, ferie, sygdom, arbejde eller lignende. Evaluator vurderer det som et yderst tilfredsstillende resultat, at det lykkedes projektet at få 45 deltagere til den første camp. Særligt taget i betragtning af, at deltagerne skulle bruge to hele (arbejds-)dage på at deltage. Erfaringer fra tidligere iværksætterprojekter har ellers vist, at det kan være svært at tiltrække iværksættere med anden etnisk baggrund end dansk til længerevarende kollektive arrangementer.

4.2.2 Camp 2

Den anden camp i projektet var tiltænkt projektets målgruppe 2, altså de kvinder, der af sociale, kompetencemæssige eller personlige årsager kan forventes at være forholdsvist langt fra at kunne 'springe ud' som selvstændige. For at tilgodese målgruppen var der planlagt to halve camp-dage i modsætning til den første camp, hvor det var to hele dage. KEC regnede med, at det ville blive svært at få målgruppen til at komme, hvis dagene blev for lange. Campen blev således afholdt 13-18 hos KEC i Njalsgade. KEC stod ikke selv for undervisningen på campen, men havde allieret sig med to selvstændige kvindelige konsulenter, der begge tidligere har arbejdet indgående med iværksætteri. Hvor fokus i camp 1 var på videreudvikling af deltagernes koncepter og forretningsideer, var fokus i camp 2 på udarbejdelsen af deltagernes forretningsplaner. Campen blev samtidigt skubbet til sidst i oktober (2009), så deltagerne fik længere tid til at blive afklarede omkring deres livssituation og forretningside.

På baggrund af tilkendegivelser fra inviterede deltagere forventede KEC ca. 15 deltagere til campen. Der mødte dog kun 5 op.

Selvom det overordnede mål med at få et samlet deltagerantal på 70-80 kvinder på de to camps, således ikke helt blev nået, er det evaluators vurdering, at resultatet er tilfredsstillende, da der udelukkende er tale om manglende deltagere til campen i målgruppe 2. Som tidligere nævnt har denne målgruppe overordnet set vist sig svær at håndtere inden for projektets rammer og ressourcer. I fremtidige iværksætterprojekter bør KEC derfor være mere opmærksomme på denne gruppes særlige behov, og at det ser ud til at være yderst vanskeligt at rumme iværksættere med så vidt forskellige ressourcemæssige baggrunde i ét og samme projekt.

4.3 Temaworkshops

Efter de to camps afholdt KEC i regi af projektet en lang række kortere workshops med forskellige og ofte mere praksisnære temaer som salg og markedsføring, budgetlægning, markedsundersøgelser m.v. I alt afholdtes 15 mindre workshops. Formålet med workshop'ene var at give deltagerne en række forskellige værktøjer og inputs i forhold til at færdiggøre deres forretningsplaner.

Deltagerantallet til disse workshops varierede fra 2 til 36 deltagere. Gennemsnitlig har der til hver workshop været knap 15 deltagere.

Udover disse aktiviteter har projektmedarbejderne brugt meget tid på individuel rådgivning og personlige henvendelser fra deltagerne. Dette har selvfølgelig været positivt, da det er en klar indikator på deltagernes store engagement. Samtidigt har det dog i perioder været en stor udfordring for projektets medarbejdere at håndtere de mange personlige henvendelser og gentagende give kvalificeret individuel rådgivning til så mange deltagere:

"Den individuelle servicering af deltagerne har været meget mere tidskrævende end vi havde forudset. De ringer hele tiden og spørger om praktiske ting, vil have vores vurdering af et eller andet eller lign. Det skyldes selvfølgelig også at kvinderne har været på meget forskellige niveauer. Vi har derfor følt at det har været nødvendigt også at give dem den individuelle servicering – også for at fastholde dem".

- Projektmedarbejder

4.4 Springboard

I november 2009 fik de deltagere, der havde nået at udarbejde en færdig forretningsplan muligheden for at præsentere deres forretningside og forretningsplan for et dommerpanel bestående af udvalgte eksperter. Panelet kom med detaljeret feedback til samtlige præsentationer og stod samtidigt for at uddele en præmiesum på 100.000 kr. (øremærket til specialiseret rådgivning) til de bedste forretningsplaner.

I panelet sad en rådgiver fra Væksthus Region Hovedstaden, en rådgiver fra Merkur Bank, et bestyrelsesmedlem fra foreningen Kvindelige Virksomhedsejere, en repræsentant fra Think Tank Talents samt en revisor fra Deloitte.

Projektet modtog 21 forretningsplaner hvor de ti bedste blev udvalgt til at præsentere deres forretningsplaner overfor panelet. Panelet fordelte præmiesummen på følgende måde

- Førstepris på 40.000 kr. gik til en kvinde, der vil starte en international børnehave (Montesori International pre-school)
- Andenpris på 30.000 kr. gik til tøjkonceptet 5R: Reduce, Reuse, Recycle, Redesign, Rethink
- Tredjepris på 10.000 kr. gik til en kvinde, der vil starte et engelsksproget PR og marketing bureau: 5 Senses PR
- Fjerdepris på 5.000 kr. gik til en kvinde, der har startet et coaching-firma med speciale i interkulturel coaching og livs- og karrierevejledning til udenlandske ledere og ansatte i danske virksomheder.
- Derudover besluttede panelet at lægge 15.000 kr. til rådighed for projektet, som kunne bruges på specialistrådgivning til de deltagere, som i løbet af projektet havde formået at forbedre deres forretningsplaner væsentligt.

Springboardets kriterier for udvælgelsen af vinderne var, at forretningsideen skulle være god og realistisk, kvinderne skulle være motiverede og så skulle muligheden for at få ekstra specialistrådgivning kunne gøre en afgørende forskel i forhold til realiseringen af forretningsplanen. Altså blev præmiesummen ikke kun uddelt efter, hvor unik de enkelte forretningsplaner var, men også efter kvindernes behov for specialistrådgivning.

4.5 Opfølgende aktiviteter

Efter springboardet blev projektets individuelle rådgivninger først og fremmest rettet mod de kvinder, som blev tildelt priser af dommerpanelet. De 11 kvinder, der ikke blev udvalgt af springboardet fik alle tilbuddet om en individuel rådgivning med fokus på, hvordan de kunne komme videre med deres iværksætterplaner. Kun en enkelt deltager takkede nej til dette.

I samarbejde med de udvalgte kvinder arrangerede KEC herefter en række små workshops, hvor 3-5 af kvinderne fik mulighed for at møde en specialistrådgiver. For de 15.000 kr. springboardet havde afsat til dette, blev der gennemført to små kurser om hjemmesideoptimering, tre om markedsføring og salg og et om kontrakter.

For at holde gejsten oppe hos deltagerne afholdtes herudover en række åbne netværksmøder og tematiske workshops, hvor deltagerne holdt oplæg for hinanden om bl.a. interkulturel kommunikation og coaching.

4.6 Prisoverrækkelse

Som et sidste led i projektets større aktiviteter arrangeredes en kåring som årets kvindelige internationale iværksætter på Københavns Rådhus. Deloitte havde doneret 20.000 kr. til vinderen af prisen. Derudover havde Væksthus Hovedstadsregion og Netværket af kvindelige virksomhedsejere doneret mindre priser. Arrangementet blev besøgt af mere end 200 mennesker og Københavns Overborgmester, Frank Jensen overrakte prisen.

De i alt 10 kvinder/forretningsplaner, der var blevet udvalgt ved springboardet, fungerede som nominerede til prisoverrækkelsen. De fik alle lov til at præsentere sig selv og deres forretningsplan, inden selve prisen blev overrakt.

Evaluator deltog selv i prisoverrækkelsen og vurdere eventen som et særligt positivt resultat i projektet. En stor udfordring i relation til etnisk iværksætteri er nemlig at skabe mere positiv opmærksomhed omkring emnet. Dette både i forhold til at få flere kvinder med udenlandsk baggrund til at tro på muligheden for at blive selvstændige og i forhold til at skabe mere positiv opmærksomhed omkring indvandrere og flygtninges iværksætterevner blandt centrale erhvervsaktører som eksempelvis banker.

At de ti nominerede forretningsideer alle var forholdsvist kreative og unikke, er også vigtigt at fremhæve. Et andet problem i relation til etnisk iværksætteri er nemlig, at for mange selvstændige indvandrere og flygtninge kopierer hinanden i stedet for at udvikle egne og mere unikke forretningsideer og således havner i brancher som detailhandel og restauration, der konkurrencemæssigt er meget pressede. At fremhæve de iværksættere med udenlandsk baggrund, som rent faktisk lykkes at få udviklet mere kreative og gennemtænkte forretningsideer, så de kan virke som rollemodeller og inspirationskilde for andre, virker derfor som en oplagt ide.

4.7 Samarbejde med erhvervsaktører

Projektet arbejdede fra begyndelsen meget målrettet mod at få etableret samarbejder med en række vigtige erhvervsaktører i forhold til præmiedonationer og/eller deltagelse i projektets dommerkomite (springboard). I starten gik det dog meget trægt med at få relevante aktører til at engagere sig i projektet. Særligt bankerne, der ellers er uundværlige for de fleste iværksættere i forhold til at få den fornødne startkapital, var meget lidt interesserede i at gå ind i projektet.

Umiddelbart virkede det til, at interessen for etnisk iværksætteri, der ellers tidligere har været stor både blandt mange erhvervsaktører og medier, var for aftagende. Den finansielle krise så desuden ud til at forstærke denne tendens. Både i bankerne og blandt mange af de centrale erhvervsaktører blev fokus forståeligt nok rettet mod de store og voksende problemer for den etablerede del af dansk erhvervsliv.

På denne baggrund er det et særligt flot resultat, at det i sidste ende lykkedes projektet at få sammensat en yderst kompetent dommerkomite, samt at det lykkedes at få revisorfirmaet Deloitte til at donere 20.000 kr. til en førstepris som årets internationale kvindelige iværksætter.

Herudover fik projektet etableret en god kontakt til Merkur Bank, hvilket har resulteret i, at 3 af projektets deltagere har fået hjælp til at realisere deres iværksætterdrømme og i dag er kunder i banken.

5. Vurdering af projektets metoder

I dette kapitel sættes der fokus på de af projektets metodeelementer, der har været særligt innovative og nye i forhold til målgruppen. Sammenlignet med tidligere iværksætterprojekter rettet mod kvindelige iværksættere med anden etnisk baggrund end dansk er det evaluators vurdering, at særligt camp-konceptet og projektets konkurrenceelement er nye og innovative tilgange. Disse to elementers resultater og anvendelighed i regi af projektet vurderes i de følgende afsnit.

5.1 Camps

Ideen med 'innovations- og iværksættercamps' er at bringe en række aktører sammen i et intensivt forløb over en til to dage, hvor de i fællesskab fokuserer på at udvikle kreative ideer, løsninger, nye koncepter m.v. Tesen er, at det koncentrerede og tætte samarbejde og samvær faciliterer udviklingen af ideer af høj kvalitet. Idéen med at holde innovationscamps kommer oprindeligt fra erhvervslivet, hvor virksomheder har brugt metoden til at øge innovationen, men camp-idéen har i de sidste par år også vundet indpas på uddannelsesinstitutionerne.

For netop at sætte fokus på at forbedre deltagernes ideudvikling og forretningskoncepter valgte man i projektet at benytte sig af camp-metoden. Formålet med projektets 'kom-i-gang-camps' var således at få kvinderne til at arbejde mere intensivt med deres koncepter og forretningsplaner samt at gøre dette i grupper, så de kunne få kreative inputs, sparring og støtte fra hinanden.

Som tidligere nævnt afholdtes der i projektet to forskellige camps – én for hver af projektets målgrupper. Hver camp vil derfor blive vurderet særskilt. Evaluator deltog i begge camps. Vurderingerne bygger således på observationer samt en række uformelle interview med deltagere foretaget under de to camps.

5.1.1 Camp 1

Som tidligere beskrevet var der stor tilslutning blandt deltagerne til camp 1, som var målrettet de mere ressourcestærke kvinder. Evaluator oplevede, at stemningen og engagementet blandt stort set alle deltagere var i top. Mange af deltagerne tilkendegav, at det gav dem ekstra energi og gåpåmod at være sammen med så mange andre kvinder med iværksætterdrømme:

"Det har været meget inspirerende at være sammen med så mange, som vil det samme. Der har været en fantastisk stemning, som har gjort det sjovt, og det har været utroligt hyggeligt og givende at snakke og netværke med de andre."

Deltager Camp 1

En del fremhævede desuden også, at de gennem campens forskellige øvelser fik mange gode inputs fra de andre deltagere.

Deltagerne virkede generelt meget åbne og imødekommende overfor hinanden. Også i pauserne blev der netværket og snakket videre om forretningsplanerne. Enkelte var allerede under campen i gang med at lave aftaler om at bruge hinanden i forretningsøjemed eksempelvis i forhold til at lave en markedsføringsstrategi.

"Campen på Niels Brock var fantastisk. De fik os til at stoppe op og fokusere intensivt på selv ideen, og det har jeg haft gavn af siden hen."

- Deltager på campen

Nogle af deltagerne nævnte, at de hellere ville have fokus på de praktiske ting såsom moms, regnskab, virksomhedsform, markedsføring m.v. Ud fra de præsentationer kvinderne lavede af deres forretningsideer under campen samt evaluators kendskab til tidligere projekter inden for etnisk iværksætteri er det dog evaluators vurdering, at det netop er ide- og konceptudvikling, som målgruppen har særligt svært ved, og at det derfor var vigtigt at sætte fokus på dette i projektet.

Selve undervisningen og øvelserne stod to undervisere fra Niels Brock for. Overordnet set virkede øvelserne gennemtænkte og hjalp tydeligvis kvinderne med at gennemtænke og videreudvikle deres forretningsideer. For at stimulere deltageres kreative og innovative evner var der i løbet af dagene også planlagt en del abstrakte og mere konceptuelle øvelser. Et eksempel var en øvelse, hvor deltagerne skulle forsøge at bruge deres fem sanser til at 'sans' deres koncept: Hvordan smager, lugter, ses, høres og føles konceptet? Dette var tydeligvis en for svær og abstrakt øvelse for de fleste af kvinderne.

Overordnet set er det dog evaluators vurdering, at camp-formen har været en god metode til at sætte ide- og konceptudvikling højere på dagsordenen blandt projektets målgruppe 1. Herudover var campen gennem fællesskabselementet tydeligvis med til styrke kvindernes engagement, tro på sig selv og øge deres lyst til i det hele taget at deltage i projektet.

I forbindelse med Camp 1 blev der uddelt evalueringsskemaer til deltagerne. Resultaterne herfra er med til at bekræfte succesen med campen. Samtlige deltagere var enten i høj eller nogen grad tilfredse med de to camp dage. Heraf var 45% af deltagerne i høj grad tilfredse. Samtidigt angav alle deltagerne også, at deres deltagelse i campen ville få betydning for deres forretningside. Heraf mente hele 60%, at det i høj grad ville få betydning.

Oplæg og øvelser under campen bør dog i lignende fremtidige projekter måske tilpasses målgruppen lidt mere. Det er evaluators vurdering, at underviserne bør undgå for abstrakte øvelser og i stedet gøre brug af flere konkrete eksempler på, hvordan man arbejder med ideudvikling i forhold til en forretningsplan.

5.1.2 Camp 2

Den anden camp i projektet var som nævnt målrettet de mere ressourcetsvage kvinder og konceptet var kortet ned til to halve dage. Her mødte kun 5 kvinder ud af ca. 15 inviterede op.

Øvelserne på campen var centreret omkring at få kvindernes forretningsplaner gjort mere konkrete og gennemtænkte. Desuden blev der den først dag lagt ud med en slags 'self-

empowerment' øvelser, hvor deltagerne skulle fokusere på deres egne styrker samt på ting, de tidligere havde udrettet, som de kunne være stolte af.

De enkelte øvelser virkede velovervejede og gode i forhold til målgruppen og underviserne. De to eksterne konsulenter var begge gode til at forklare og konkretisere øvelserne overfor deltagerne. Det var dog et generelt problem ved øvelserne, at der var så få mødt op. Den synergi og netværksaktivitet, der havde været ved den første camp, opstod slet ikke. Interaktionen mellem deltagerne blev således hele tiden, også i pauserne, holdt i gang af underviserne. Herudover virkede det til, at deltagerne skulle bruge lang tid på at blive tilpas trygge ved rammerne og hinanden i forhold til kunne snakke mere frit om sig selv og deres forretningsplaner. Det korte tidsrum gjorde derfor, at der heller aldrig opstod den fortrolighed blandt deltagerne, der er nødvendig i forhold til at bruge hinanden til at få sparring og inputs.

Overordnet set resulterede dette i, at der på den anden camp aldrig blev generet den intensitet, kreativitet og det engagement, som ellers er meningen med en camp. Projektmedarbejdernes erfaringer fra tidligere projekter har dog samtidigt vist, at det er yderst svært at få indvandrer- og flygtningekvinder i den mere resourcesvage målgruppe til at møde op til kurser og arrangementer, der strækker sig over hele dage.

Det er således evaluators vurdering, at camp-konceptet ikke rigtigt fungerer i forhold til projektets anden målgruppe. Her bør man nok holde fast i at afholde mere individuelt tilpassede forløb i forhold til kvindernes meget forskellige behov, ressourcer og kompetencer - eventuelt kombineret med korterevarende fællesaktiviteter.

5.2 Konkurrenceelementet

Konkurrenceformen bliver i stigende grad brugt inden for iværksætteriområdet. Bl.a. er fonden 'Young Enterprise' blevet kendt for sine iværksætterkonkurrencer, hvor studerende, klasser og/eller skoler konkurrerer om den bedste iværksætteride. Formålet er typisk at skabe positiv PR og opmærksomhed omkring iværksætteri, samt at sætte fokus på betydningen af 'den gode forretningside'.

I forhold til herværende projekt har konkurrenceelementet kun været sekundært. Evaluator vurderer dog, at projektets konkurrenceelement i høj grad har bidraget positivt til projektets resultater bl.a. ved at højne deltagernes engagement og 'drive'. Eksempelvis har deadlines i forhold til at deltage i camps og springboard ifølge projektmedarbejderne været med til at holde mange af kvinderne til ilden, så de ikke er blevet fristet til at udskyde deres iværksætterdrømme, hvilket ellers ofte sker.

Ideen med springboardet, hvor et eksternt dommerpanel af iværksættereksperter har udvalgt vindere og givet detaljeret sparring til alle deltagerne, er også af flere af kvinderne blevet fremhævet som et meget givende element:

"Ideen med springboard var rigtig god. Vi fik virkelig nogle gode inputs fra dommerpanelet. Det var jo folk med dyb indsigt i hvert deres emne, så de kunne se tingene fra en helt anden vinkel end os selv. Samtidigt var det også rart og utroligt vigtigt for os at få bekræftet, at vi rent faktisk gør mange ting på den rigtige måde".

- Deltager springboard

"Vi var nok alle lidt nervøse inden [springboardet], men medlemmerne af panelet var rigtig søde. De tog vores projekter seriøst, og kom med gode råd. På den måde blev alle deltagere vindere den dag, også dem, der ikke vandt penge til rådgivning."

- Deltager springboard

Herudover vurderer evaluator, at konkurrenceelementet har været et virkningsfuldt PR-værktøj. Dels til at skabe generel opmærksomhed omkring projektet og dels i forhold til at skabe kontakter og samarbejder med en række vigtige erhvervsaktører som eksempelvis Merkur Bank, Deloitte og Væksthus Hovedstadsregionen.

Konkurrenceelementet har primært kunne bruges i forhold til projektets målgruppe 1. De få deltagende kvinder, der befinder sig i projektets målgruppe 2, har hverken tidsmæssigt eller idemæssigt kunne følge med i konkurrencen. Dette peger hen imod, at konkurrenceelementet generelt set nok ikke er anvendeligt i forhold til at motivere og 'pace' de mindre ressourcestærke kvinder. Ved at blande de to målgrupper i et og samme projekt, kan man desuden forestille sig, at et konkurrenceelement i værste tilfælde kan virke direkte demotiverende for de mindre ressourcestærke kvinder, der vil føle at de ikke formår at 'følge med'.

6. Projektets effekter

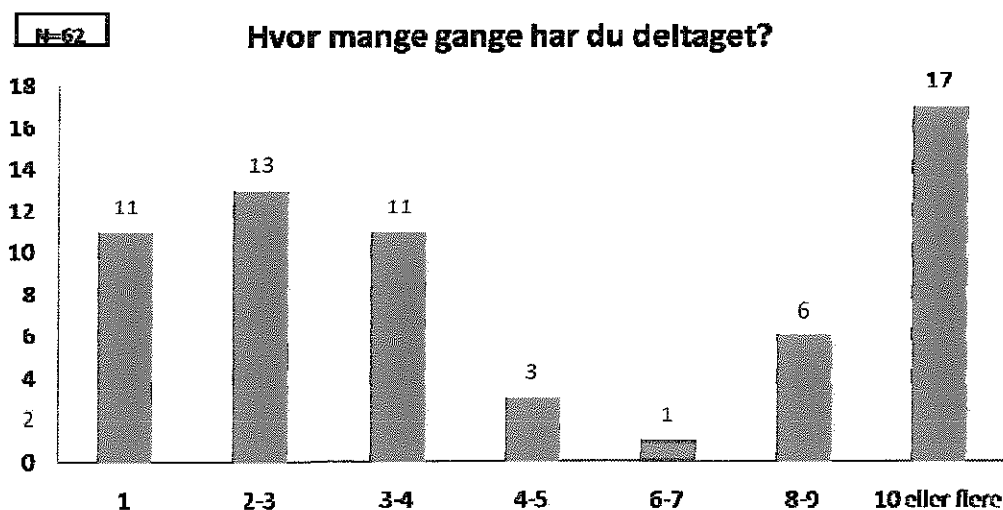
For at lave en mere præcis effektmåling af hvor mange projektdeltagere, der havde fået startet virksomhed, hvor mange der stadig arbejdede aktivt med deres forretningsplaner, samt hvad deltagerne selv mente at have fået ud af at deltage, besluttede man i projektet at gennemføre en e-mailbaseret spørgeskemaundersøgelse til projektets deltagere ved projektets afslutning.

Oxford Research udarbejdede selve spørgeskemaet og har ligeledes stået for at analysere og indarbejde data i evalueringen. Evalueringens begrænsede ressourcer taget i betragtning besluttedes det dog, at KEC selv skulle stå for at gennemføre selve indsamlingen af besvarelser.

Samtidigt var vurderingen, at det ville højne svarprocenten at lade projektmedarbejderne, der havde langt bedre kontakt, kendskab og fortrolighed med deltagerne end den eksterne evaluators, stå for dataindsamlingen. Oxford Research ved fra tidligere erfaringer, at det for en ekstern evaluators kan være meget vanskeligt og uhensigtsmæssigt ressourcekrævende at gennemføre spørgeskemaundersøgelser i projektets målgrupper. Dette skyldes bl.a. sproglige barrierer, manglende tillidsrelationer samt ukendskab i målgruppen til spørgeskemaundersøgelser.

I dette afsnit gennemgås resultaterne af spørgeskemaundersøgelsen i forhold til at stille skarpt på projektets effekter. Med effekter menes der de positive og målbare forandringer i målgruppen, der er sket i løbet af projektdeltagelsen.

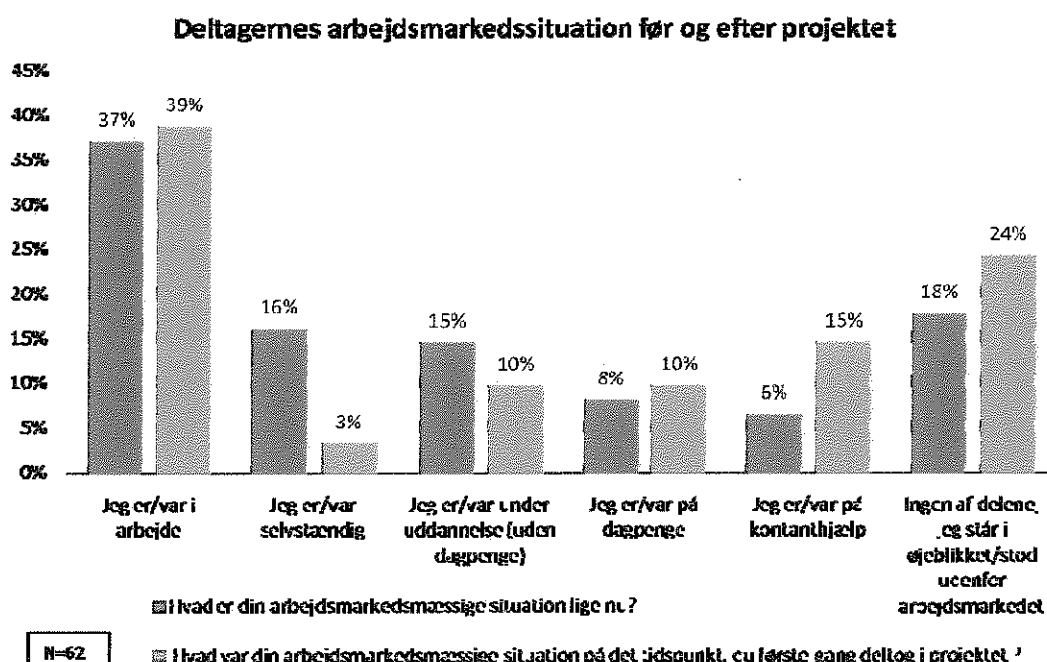
I alt har 62 kvinder besvaret skemaet. Langt størstedelen af dem, der besvarede spørgeskemaundersøgelsen er blandt den faste gruppe af 40-50 projektdeltagere, der gentagne gange har deltaget i projektets aktiviteter, hvilket samtidigt er denne gruppe projektets eventuelle effekter primært bør måles ud fra. Det vurderes derfor, at spørgeskemaundersøgelsen dækker over et tilfredsstillende antal besvarelser.



6.1 Deltagernes arbejdsmarkedssituation før og efter projektdeltagelsen

Indledningsvist blev deltagerne i spørgeskemaet bedt om at angive deres arbejdsmarkedsmæssige situation før og efter projektdeltagelsen. Mest bemærkelsesværdigt er det, at 16% af kvinderne i dag er selvstændige mod 3% ved projektets start.

Desuden er det værd at bemærke, at andelen af deltagere, der enten var på kontanthjælp eller dagpenge eller stod helt uden for arbejdsmarkedet er faldet en anelse i løbet af projektet. Samtidigt er andelen af deltagere under uddannelse steget fra 10% til 15%.



Antallet af deltagere i ordinært arbejde er til gengæld faldet en anelse i løbet af projektet. Det er dog sandsynligt, at faldet i deltagere, der var i arbejde særligt skyldes, at flere har startet egen virksomhed. Herudover ved projektmedarbejderne at enkelte var i en opsigelsesperiode, da de startede i projektet. Det kan dog konkluderes, at projektet ikke ser ud til at have medvirket til, at flere har formået at komme i ordinært job.

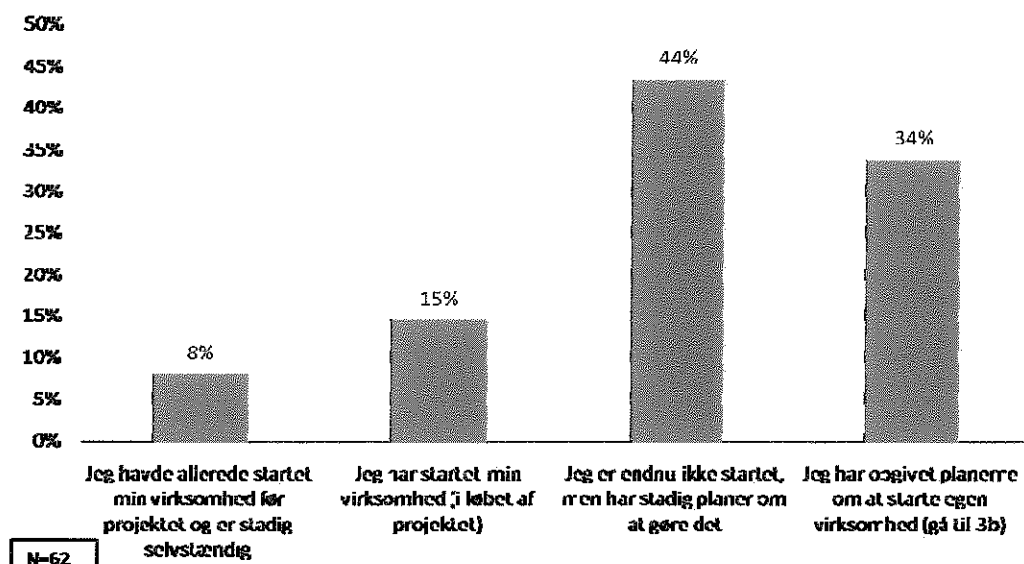
Projektets mål med at 30% af deltagerne skulle være selvstændige, i arbejde eller under uddannelse ved projektets afslutning er i og for sig nået. Dette skyldes dog primært, at knap 53% i gruppen allerede inden projektets start var beskæftigede eller under uddannelse.

Ser vi på ændringer blandt projektdeltagerne virker det som nævnt til, at projektet overordnet set har haft en positiv indvirkning på deltageres arbejdsmarkedsmæssige situation omend ændringen i respondentgruppen før og efter projektet er af mindre karakter.

6.2 Status på deltagernes iværksætterplaner

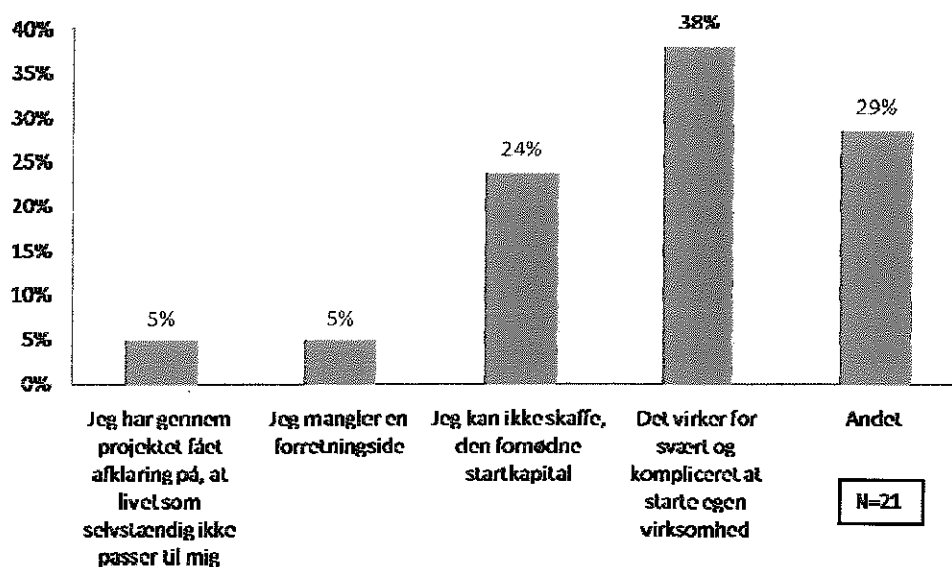
Ser vi på respondenternes iværksætterplaner er status, at 15%, svarende til 9 kvinder, har startet egen virksomhed i løbet af projektet. Projektmedarbejderne har dog også haft kontakt til en del af de kvinder, der ikke har besvaret spørgeskemaet, men som har startet egen virksomhed. Det vurderes på denne baggrund, at 18 kvinder har startet egen virksomhed i løbet af projektet. Målet med at projektet skulle hjælpe 10 nye virksomheder til verden er altså nået. Herudover angiver hele 44% af respondenterne, at de endnu ikke har fået startet en virksomhed op, men stadig har planer om at gøre det.

Hvordan går det med dine planer om at starte egen virksomhed?



34% af respondenterne har derimod opgivet planerne om at blive selvstændige. Heraf er det for størstedelen grundet, at det virker for svært og kompliceret for dem at starte egen virksomhed.

Hvorfor har du opgivet at starte egen virksomhed?



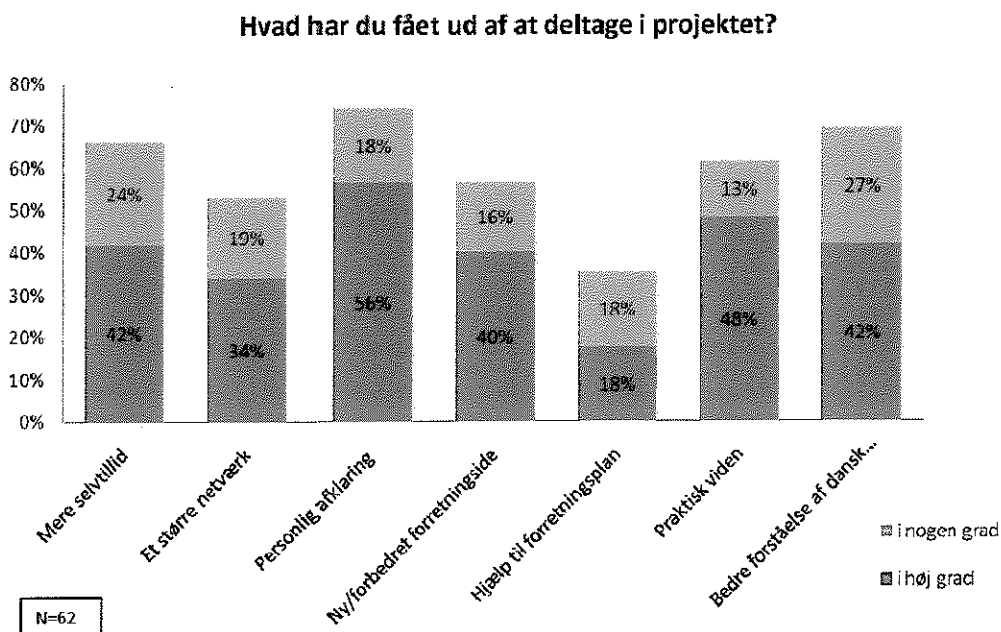
Dette betragtes ikke i sig selv som et negativt resultat, da en del af projektets formål var at hjælpe kvinderne med at blive afklarede om det at være selvstændig, i det hele taget var noget, de havde lyst til og magtede.

Som det fremgår af diagrammet, har en del af respondenterne også haft svært ved at skaffe den fornødne startkapital, hvilket er et velkendt problem for mange iværksættere. Igen er det positivt, at projektet har formået at skabe opmærksomhed omkring målgruppen i Merkur Bank, der som nævnt har haft møder med flere deltagere og hjulpet 3 af dem i gang.

6.3 Deltagernes udbytte af projektet

Et sidste vigtigt element i forhold til at vurdere projektets effekter er deltageres egen vurdering af deres udbytte af projektet. Hvis ikke deltagerne grundlæggende mener at have fået noget ud af et givent projekt eller forløb, må der naturligvis også sættes spørgsmålstegn ved om forandringer i målgruppen i realiteten kan tilskrives projektet.

Overordnet set har størstedelen af respondenterne angivet, at de i høj eller nogen grad har fået udbytte af at deltage i projektet inden for en række væsentlige områder som mere selvtilid, et større netværk, praktisk viden og personlig afklaring.



I forhold til målgruppen vurderer evaluatoren, at det er særligt positivt, at over halvdelen af respondenterne mener, at de har fået en ny/forbedret forretningsplan og at hele 69% har fået en

bedre forståelse af dansk forretningskultur. Dette er nemlig to meget afgørende elementer, som mange iværksættere med anden etnisk baggrund end dansk ofte mangler.

Det som færrest mener, at have fået ud af projektet er hjælp til forretningsplan. Dette hænger formentligt sammen med, at der i projektet har været fokus på workshops og fælles aktiviteter og i lidt mindre grad personlig rådgivning og sparring. Konkret og detaljeret hjælp til at udforme de enkelte deltageres forretningsplaner vil typisk være meget tidskrævende og kræve personlig kontakt mellem rådgiver og iværksætter. Herudover vil det stadig i sidste ende være kvinderne selv, der i praksis skal skrive forretningsplanen. Derfor kan nogle deltagere have følt, at de ikke har fået 'hjælp' til at skrive selve forretningsplanen.

At netop ide- og konceptudvikling, der har været en vigtig del af projektet, i realiteten er et af de vigtigste elementer i en god forretningsplan, burde på denne baggrund måske i endnu højere grad gøres klart overfor målgruppen.

7. Cases

7.1 Esencia

I 2005 mødtes de to iværksættere bag børnetøjsmærket Esencia, Erica og Yoko, på en sprogskole i København. Erica, der oprindeligt er fra Bolivia, havde på det tidspunkt en lille importvirksomhed, men var løbet lidt sur i de lange ensomme arbejdsdage. Sammen med Yoko, der er uddannet designer fra Tokyo, fik de ideen om at lave deres eget eksklusive børnetøjsmærke. Tøjmærket kom til at kombinere elementer fra de to kvinders forskellige baggrunde. Yoko stod for et enkelt og klassisk tøjdesign og fra Ericas hjemland, Bolivia, kom materialet til tøjet - højkvalitets alpakauld. Desuden valgte de to kvinder, at virksomheden skulle have en social ansvarlig profil. Esencia får derfor produceret og syet al deres tøj af fair trade producenter i Sydamerika:

"Bag vores forretningsidé ligger et oprigtigt ønske om at udvikle en baby- og børnetøjsskolektion, der er klassisk, enkel og af høj kvalitet, som både er skabt af helt naturlige materialer og produceret på ansvarlig og bæredygtig vis."

- Yoko og Erica

På trods af at de to kvinder lagde utroligt mange timer i virksomheden og at de forholdsvis hurtigt fik gang i salget af deres tøj, lykkedes det dem ikke at gøre Esencia til en god forretning. Travlheden med hverdagens driftsopgaver gjorde samtidigt, at de aldrig fik lagt en mere gennemtænkt forretningsplan for hvordan Esencia kunne udvikles til succesfuld virksomhed. Da de via en veninde kom i kontakt med KEC og blev tilbudt at deltage i projektet, så de det derfor som en tiltrængt mulighed for at få udarbejdet en ordentlig, strategisk og mere langsigtet plan for udviklingen af deres virksomhed.

I starten var Erica og Yoko dog meget skeptiske overfor at deltage. De havde på det tidspunkt nok at se til med at få styr på den kommende efterårs- og vinterkollektion. Og Erica var netop blevet mor. Men KEC's rådgivere fik dem overtalt:

"Det at KEC's rådgivere virkelig troede på vores projekt og at de var utroligt engagerede og imødekommende. Det gav os lyst til at deltage på trods af, at vi havde alt for travlt, med alt muligt andet."

- Yoko og Erica

Noget af det bedste ved at deltage i projektet, mener de to iværksættere, var at de fik hjælp til at udarbejde en forretningsplan. Dette både i forhold til at få systematiseret og struktureret arbejdet med planen, men i høj grad også at få sparring undervejs i processen. Her understreger de især, at deltagelse i springboardet, hvor de skulle præsentere deres forretningsplan for et panel med iværksættereksperter og fagfolk, gav dem rigtigt mange inputs:

"Ideen med springboard var rigtig god. Vi fik virkelig nogle gode inputs fra dommerpanelet. Det var jo folk med dyb indsigt i hvert deres emne, så de kunne se tingene fra en helt anden vinkel end os selv. Samtidigt var det også rart og utroligt vigtigt for os at få bekræftet, at vi rent faktisk gør mange ting på den rigtige måde."

- Yoko og Erica

Yoko og Erica mener, at projektet og deres systematiske arbejde med forretningsplanen har gjort, at de tænker mere strategisk og langsigtet nu. Og så har det gjort, at de fået en fælles ide om, hvor de skal hen, og hvordan de mere præcist skal gøre det. De er også i langt højere grad end før blevet opmærksomme på, at det ikke kun er ens produkter, men i lige så høj grad alle de bagvedliggende ting som leverandørforhold og økonomistyring, der er vejen til en sund og succesfuld virksomhed. Eksempelvis nævner de, at de i dag er blevet endnu mere opmærksomme på, hvor vigtigt kvalitetsstyring er for en virksomhed som Esencia, der sælger produkter i den eksklusive del af markedet.

De to kvinder fremhæver desuden at fællesskabet og netværksmulighederne i projektet har været med til at tilføre det ekstra værdi at deltage:

"Det var altid en stor fornøjelse at komme til projektets arrangementer. Det gav os rigtig meget ny og positiv energi at være sammen med så mange engagerede og glade mennesker. Og så var det rart at snakke med nogen, som var i samme situation som os selv og få feedback fra andre på vores ide. Det har også givet os et nyt netværk. F.eks. er der en af pigerne fra projektet, som arbejder med PR, der fik os til. Hun har hjulpet os med at lave PR materiale i forbindelse med en stor messe i Paris."

- Yoko og Erica

Det er Ericas og Yokos plan, at Esencia i løbet af de næste 3-4 år skal nå en omsætning på knap 7,5 mio. kr. Heraf skal knap 90% komme fra salg af deres tøj i udlandet.

7.1 Montessori Pre-School: International børnehave

Isabelle, der har en fransk-filippinsk baggrund og som er opvokset i Canada, kom med hendes mand fra England til Danmark i 2008, da manden havde fået job for et dansk computerspilsfirma. Efter et stykke tid lykkedes det også hende at få et job i Danmark. I forbindelse med finanskrisen mistede Isabelle dog jobbet igen og udsigterne til at få et nyt begyndte at se rigtigt dårlige ud. Hun havde længe haft lyst til at blive selvstændig, og da hun under et besøg på Københavns Erhvervscenter hørte om projektet for kvindelige iværksættere var hun solgt:

"Det var et perfekt match. Jeg har altid vidst, at jeg gerne ville starte noget – jeg har bare ikke vidst hvad, og det virkede temmelig uoverskueligt bare sådan at starte op helt alene. Inden jeg startede havde jeg lidt forskellige ideer, som jeg præsenterede for projektets rådgivere. De fleste af dem var sådan noget simpelt noget med noget import og salg. Men da jeg oplevede, hvor begejstret rådgiverne var for min ide om at starte en internationale børnehave, fik jeg lyst til arbejde videre med det – det var meget inspirerende."

- Isabelle

Isabelles idé går ud på, at hun vil starte en international børnehave i det centrale København. Børnehaven skal være bygget på Montessori-principper og have plads til 30 børn i alderen 3-6. Der findes allerede internationale børnehaver i hovedstadsområdet, men alle de engelsksprogede ligger uden for København og har alle lange ventelister.

I forbindelse med opstart af en international børnehave, har det været en stor hindring for Isabelle, at hun ikke har kendskab til, hvordan de offentlige myndigheder fungerer i Danmark. Her har det været en stor hjælp, at rådgiverne har kunnet anvise hende til de rigtige medarbejdere i kommunens forskellige afdelinger. Desuden fremhæver hun den store moralske opbakning, som projektet og rådgiverne gav hende:

"Rådgiverne var der altid til at hjælpe. Du kan kontakte dem når som helst. Hvis jeg havde en krise og var ved at opgive det hele, så støttede de og opmuntrede mig, hvilket har hjulpet mig med at se lyst på projektet igen".

- Isabelle

Isabelle deltog i projektet helt fra starten, og hun fremhæver det gode netværk mellem kvinderne som et af de positive elementer. Hun har i dag stadig kontakt med flere af deltagerne, som hun mødes og sparrer med. Hun mener, at det har været en fordel, at alle deltagerne var kvinder med anden etnisk oprindelse end dansk. Deres fælles baggrund medførte, at de har haft samme indgangsvinkel til mange ting. På samme måde har det ifølge Isabelle været en fordel, at rådgiverne også har en udenlandsk baggrund og ved, hvad det vil sige at være ny i Danmark. Det skaber større forståelse.

Som en del af projektet deltog Isabelle i campen, som forløb over 2 dage. Her var formålet, at deltagerne skulle give sig tid til at fokusere på selve ideudviklingen, således at deres ide blev

mere gennearbejdet, før de gik i gang med at udvikle en egentlig forretningsplan. Ifølge Isabelle var denne tilgang meget anvendeligt:

"Campen på Niels Brock var fantastisk. De fik os til at stoppe op og fokusere intensivt på selv ideen, og det har jeg haft gavn af sidenhen."

- Isabelle

Under forløbet var Isabelle desuden særligt begejstret for springboardet:

"Vi var nok alle lidt nervøse inden, men medlemmerne af panelet var rigtigt søde. De tog vores projekter seriøst, og kom med gode råd. På den måde blev alle deltagere vindere den dag, også dem, der ikke vandt penge til rådgivning."

- Isabelle

Isabelles forretningsplan fik førsteprisen af springboardet og hermed 40.000 kr. som Isabelle kunne bruge på rådgivning. For Isabelle betød dette rigtigt meget. Hun har bl.a. fået rådgivning af grundlæggeren af den første danske Montessori-børnehave i Danmark, som ligger nord for København, og i dag fungerer grundlæggeren som en slags mentor for Isabelle:

"Det betyder rigtigt meget, at jeg kan betale hende for at hjælpe mig. Hun ville sikkert godt have givet mig et par råd uanset aflønning, men nu kan jeg tillade mig at trække på hende som en ressource. Det gør, at jeg aldrig føler mig helt alene med mit projekt."

- Isabelle

Deltagelsen i konkurrencen betød desuden, at deltagerne var nødt til at lave en forretningsplan inden for en bestemt tidsramme, hvilket ifølge Isabelle medførte, at hun fik rykket sig fra idefasen til et mere konkret plan. Ligeledes beskriver Isabelle, at det var meget motiverende med faste deadlines i løbet af projektet. Hun er ikke i tvivl om, at hun aldrig var nået så langt med projektet, hvis hun blot havde haft sine egne deadline at gå efter.

Ser man på Isabelles forretningsplan, er det tydeligt at hun er godt på vej til at realisere sit projekt. Selvom hun selv har lavet alt arbejdet med forretningsplanen, er hun opmærksom på, hvilken forskel projektet har gjort for hende:

"Var jeg ikke kommet med i projektet, havde det været alt for uoverskueligt for mig med så stort et projekt. De hjalp mig med virkelig med at springe ud i det og tro på at det kan lade sig gøre."

- Isabelle