



LEGMEERDIJK 313  
AALSMEER  
HOLLAND  
TEL: +31 297 395800  
FAX: +31 297 395900  
MOBILE: +31 653 745155  
e-mail: p.barnhoom@tref.nl

# Winst voor Afrika

Ontwikkelingshulp laat zich slecht combineren met het winstdenken van bedrijven, zo was lange tijd de overtuiging van hulpverleners en politiek. Maar dat is inmiddels achterhaald. Het praktische, marktgerichte denken van (Nederlandse) ondernemers wordt nu juist gezien als de sleutel tot armoedebestrijding in ontwikkelingslanden. ‘Het speelveld is aangepast, er waait een frisse wind.’

**tekst:** Albert Sikkema / **foto:** Lineair en CDI

**H**et particuliere bedrijfsleven dat als krachtige motor fungeert bij armoedebestrijding en duurzame ontwikkeling. Met die beleidslijn drukte staatssecretaris Ben Knapen de afgelopen kabinetsperiode zijn stempel op de Nederlandse ontwikkelings samenwerking. In tegenstelling tot voorheen, toen de hulp aan derde wereldlanden vooral bepaald werd door de ideaaltypische modellen voor internationale samenwerking, staat nu de markteconomie centraal. Ontwikkelingsprojecten moeten een bijdrage gaan leveren aan de economische ontwikkeling van het land, en wie kunnen daarin beter van dienst zijn dan ondernemers? Dat zijn immers de prak-

tisch ingestelde doeners met een neus voor nieuwe markten en economische kansen, zo luidt de redenering. Daarbij wordt de ontwikkeling van de landbouw gezien als kritische factor voor voedselzekerheid en stimulering van de rest van de economie. Vanuit die gedachte worden ook Nederlandse voedingsbedrijven tegenwoordig nadrukkelijk betrokken bij marktgerichte ontwikkelingsprojecten.

Het Centre for Development Innovation (CDI) van Wageningen UR, dat kennis- en innovatieprojecten ontwikkelt in ontwikkelingslanden, merkt de omslag heel duidelijk. Sinds een jaar werkt het centrum regelmatig samen met Nederlandse bedrijven in projecten waarin de marktontwikkeling centraal staat. ‘Het speelveld is aange-

**Ondernemers  
zijn praktisch  
ingestelde  
doeners met  
een neus voor  
nieuwe  
markten**



past, er waait een frisse wind', zegt adjunct-directeur Wouter Hijweege van het CDI. 'We moeten nu buiten de bekende kaders denken.' Hijweege en de zijnen werken nu plotseling met termen als *'inclusive business'*: markten ontwikkelen met ondernemingen die ook het milieu ontzien en de armoede bestrijden.

#### AARDAPPELS IN KENIA

Daarbij is Afrika sterk in trek, merken ze bij CDI. Tien jaar geleden was Afrika nog het verloren continent, maar inmiddels is er een gezonde economische groei en geldt het als een interessant locatie om grondstoffen te verkrijgen en producten af te zetten. Pootgoed bijvoorbeeld. In Kenia is een enorm tekort aan kwalitatief goede pootaardappels. Reden is dat de Keniaanse overheid buitenlandse aanbieders bewust buiten de deur houdt om de eigen pootgoedmarkt te beschermen. Het gevolg is echter dat lokale boeren veel minder aardappels produceren dan ze eigenlijk zouden kunnen, ontdekte het CDI dat lokaal een onderzoek uitvoerde naar de marktomstandigheden.

Met het rapport van de Wageningse onderzoekers in de hand ging staatssecretaris Bleker praten met zijn Keniaanse collega en wist hem te overtuigen van de voordelen van een vrijere handelsrelatie. Inmiddels worden er 28 nieuwe Nederlandse aardappelrassen getest door de Keniaanse inspectiedienst. Als die haar goedkeuring geeft kunnen de Nederlandse pootgoedbedrijven aan de slag. Waarbij een flinke stijging van de aardappelproductie in Kenia wordt verwacht.

Op het eerste gezicht lijkt dit een Nederlands exportbevorderingsproject, maar dat ligt genuanceerder. De Nederlandse export van pootaardappels zal beperkt zijn, omdat

ze te duur zijn voor directe levering aan Keniaanse boeren. Pas na twee tot drie vermeerderingsstappen in Kenia, waarvoor lokale commerciële boeren nodig zijn, worden ze betaalbaar. Het is wel degelijk een voedselzekerheidsproject, zegt Hans Nijhoff van het CDI. 'We gaan een commercieel denkend platform opzetten voor de aardappelketen, waarin veredelaars, vermeerderaars, verwerkers en boeren het voortouw nemen. Doel is meer goed pootgoed in Kenia, zodat meer boeren betere inkomsten krijgen en meer mensen aardappels eten tegen een lagere prijs'.

#### BESTAANDE PROJECTEN

Ook in al langer lopende projecten is de marktwerking geïntroduceerd, vertelt Marja Thijssen van het CDI. Thijssen begeleidde de afgelopen drie jaar een project in Ethiopië dat de zaaizaadsector in dat land wil versterken. Dat begon met boerengroepen die zaaizaad van mais, tarwe, teff en andere gewassen vermeerderden. Meestal deden ze dat onder contract van de overheid, waarbij de relatie met de afnemers – kleinschalige boeren – zwak was. Thijssen en haar collega's zorgden ervoor dat de 'zaadboeren' bedrijven gingen opzetten, zich beter gingen organiseren, en meer aandacht kregen voor de kwaliteit. Bovendien gingen ze het zaaizaad actief op de lokale markt promoten.

Onder invloed van de nieuwe wind uit Den Haag werden Nederlandse zaaizaadbedrijven bij het project betrokken. Pootgoedbedrijf HZPC levert Nederlandse pootaardappels die lokaal worden vermeerderd, en groentezaadbedrijf Bejo levert zaad aan kleine boeren. Andere veredelingsbedrijven denken aan *over joint ventures* met Ethiopische kweekbedrijven. 'Daarbij worden de Nederlandse bedrijven een van de aanbieders op de zaaizaadmarkt', zegt Thijssen. Samen met middelgrote Ethiopische kwekers moet dat een sterk cluster van zaaizaadbedrijven opleveren.

#### NIET NIEUW

Een grootschalige koersverandering? Ja en nee. De invloed van Knapen's beleid is onmiskenbaar, maar tegelijkertijd komt deze nieuwe vorm van ontwikkelingssamenwerking niet uit de lucht vallen, zegt CDI-directeur Jim Woodhill. Er was de afgelopen jaren al toenemende aandacht voor ketenontwikkeling en markten in ontwikkelingslanden, ook bij ngo's. 'Vroeger richtten we ons vooral op het verhogen van landbouwproductiviteit. Nu weten we: zonder markt doen kleinschalige boeren dat niet. Het ontwikkelen van een goede afzetmarkt is een enorme stimulans voor boeren om de productie te verbeteren.' De Wereldbank rekende in 2008 uit dat 450 miljoen kleinschalige boeren in ontwikkelingslanden de helft van de wereldvoedselproductie voor hun rekening nemen. Veel van die boeren leven in Afrika, waar de bevolking tussen nu en

## WERELDMARKT

Westerse multinationals krijgen steeds meer interesse in kleinschalige boeren in ontwikkelingslanden. Dat geldt met name voor bedrijven in de koffie-, thee- en cacaosector. De belangrijkste reden is dat ze hun grondstoffen veilig willen stellen. De productie van de telers in ontwikkelingslanden, overwegend kleine boeren, houdt geen gelijke

tred met de vraag op de wereldmarkt. Westerse bedrijven deden meestal zaken met moderne, groot-schalige en op de export gerichte leveranciers in ontwikkelingslanden, ook al omdat ze daarmee makkelijker productieafspraken voor certificering konden afsluiten. Ze moeten die *'comfort zone'* nu verlaten en zich verdiepen in kleine boeren met weinig

investeringsmogelijkheden. Daarom investeert Nestlé de komende jaren 110 miljoen Zwitserse francs om de leefomstandigheden van deze boeren en hun gemeenschap te verbeteren. Andere bedrijven werken samen met ngo's en kennisinstellingen op die verbinding te leggen.



Kenianen aan de slag met Nederlandse pootaardappelen.

2050 verdubbelt. Ze vormen de sleutel voor de armoedebestrijding en voedselvoorziening van morgen.

Een van de eerste westerse bedrijven die met kleine Afrikaanse boeren in zee ging was Unilever. Voor haar merk Lipton Tea zocht het bedrijf verbinding met 300.000 kleine theeboeren in Kenia. Unilever kocht hun thee al, maar wilde die aan de duurzaamheidscriteria van Rainforest Alliance laten voldoen. In 2008 werd het LEI, die ervaring had met Farmer Field Schools om voorlichting te geven aan kleine boeren, erbij gehaald. Samen met een Keniaanse partner zette die een trainingsprogramma op voor de theeboeren. Inmiddels hebben 270.000 theeboeren een duurzaamheidscertificaat, een hogere productiviteit en meer inkomen, meldt Unilever.

#### SUCCES

Dat de betrokkenheid van het bedrijfsleven bij ontwikkelingshulp een positieve invloed heeft durft nog niemand te zeggen. Het is te vroeg om een oordeel te geven over deze nieuwe koers, vindt het CDI. De projecten zijn net bezig. 'Er zijn goede argumenten voor deze koers, zoals: markten veroorzaken verandering en ontwikkeling', zegt directeur Jim Woodhill. 'Maar pas aan het eind kunnen we nagaan wie er werkelijk voordeel heeft van deze publiek-private samenwerking in de ontwikkelingssamenwerking. Wanneer wij als westerse consumenten meer betalen voor een Fair Trade product, waarbij 75 procent van die meerprijs naar de supermarkt gaat en slechts 2 procent naar de Afrikaanse boer die het produceert, dan is er iets mis. De marktgerichte projecten moeten indirect, via

economische ontwikkeling, de armoede bestrijden, maar de directe link is er niet.'

Bovendien kan een project wel succesvol zijn, maar dan is het nog maar de vraag of het ook de economie als geheel stimuleert. Dat zegt Sietze Vellema, onderzoeker bij de leerstoelgroep Knowledge, Innovation and Technology in Wageningen en het LEI. Hij bekijkt bijvoorbeeld hoe de investeringen van Nederlandse bloementelers bij-

#### 'Pas aan het eind kunnen we nagaan wie er voordeel heeft van deze samenwerking'

dragen aan het innovatievermogen in Ethiopië. 'Sommige telers snappen dat je niet zomaar de foefjes uit het Westland kunt overplaatsen naar Ethiopië, maar dat je kundige Ethiopische technici nodig hebt om er een succes van te maken. En dan lopen ze er tegenaan dat het Ethiopische onderwijs op een laag pitje staat. Samen met Wageningen wordt er daarom gewerkt aan nieuwe, moderne onderwijsmethoden. Dat maakt meteen helder dat die ondernemers hier zitten vanuit een lange-termijnperspectief.'

Zonder dergelijke verbindingen tussen bedrijven en universiteiten bestaat de kans dat de lange-termijn winst voor de economie beperkt blijft tot werkgelegenheid voor de Ethiopiërs die in de kassen werken. Dat is wat we niet willen, aldus Vellema, 'een eiland van succes'. 