

# Afrikaanse ondernemersclub werpt vruchten af

**De situatie van tienduizenden kleine boeren in Oost-Afrika verbetert dankzij steun van de Africa Agribusiness Academy aan mkb-ondernemers. Gestimuleerd door de resultaten, wordt nu hard gewerkt aan uitbreiding.**

TEKST YVONNE DE HILSTER FOTOGRAFIE HANS NIJHOFF, WAGENINGEN UR



**I**n een gebied waar altijd voedseltekorten heersten, kunnen boeren nu weer hun gezin voeden. Uit onze verkoopcijfers leid ik af dat de voedselzekerheid voor vierduizend huishoudens is verbeterd.' Dat vertelt Ngila Kimotho, directeur van Dryland Seeds Ltd. uit Kenia. Hij verkoopt inmiddels acht jaar zaaigoed van bonen, maïs en sorghum, speciaal voor droge omstandigheden en veelal ontwikkeld in Kenia zelf. 'Veel boeren gebruiken zaden van vorige oogsten, deels uit geldgebrek, deels uit gewoonte. Dankzij onze demonstratievelden, flyers en trainingen beginnen ze in te zien dat ze met ons zaaigoed meer opbrengst en meer inkomsten hebben.'

Kimotho is sinds 2011 lid van de Africa Agribusiness Academy (AAA), een businessclub voor ondernemers in de agrofood-sector. Die is in 2010 opgericht op initiatief van de Wageningen Ambassadors – een platform van 45 afgestudeerden van Wageningen University, die een brug willen slaan tussen Wageningen UR en de maatschappij – en Wageningen UR. De AAA wil via steun aan mkb-ondernemers de voedselzekerheid vergroten.

Het lidmaatschap van de Academy gaf Kimotho's bedrijf een boost, vooral doordat hij veel nieuwe mensen ontmoette en een investeringsplan leerde schrijven. 'Dankzij

deze hulp heb ik investeerders binnengehaald, waardoor ik nu kan uitbreiden in Kenia en Zuid-Soedan.'

'Door beter zaaizaad, vooral maïs, zouden over drie jaar 50 duizend kleine boeren jaarlijks 200 dollar meer inkomen kunnen hebben, wat hun voedselzekerheid vergroot en een stimulans is om meer land te gaan bewerken', vult Hans Nijhoff aan. Hij is sinds augustus als projectdirecteur vanuit het Centre for Development Innovation van Wageningen UR gestationeerd in Arusha, Tanzania.

## KENNIS UITWISSELEN

Kern van de Academy is dat kleine en middelgrote Afrikaanse agrofoodondernemers kennis en ervaring uitwisselen, elkaar coachen en samen innoveren, met steun van een back office, nu geleid door Nijhoff. De ondernemers ontmoeten elkaar regelmatig voor workshops, trainingen en om te netwerken, en ze delen informatie via een afgeschermd website.

Wageningen Ambassador en trekker van de AAA Piet Heemskerk ziet veel energie en doorzettingsvermogen bij deze mkb-ondernemers: 'Wij willen ervoor zorgen dat hun energie ergens toe leidt; hen helpen betere onderne-



Kleine boeren in Afrika maken hun handelswaar op een centrale locatie klaar voor verkoop in lokale supermarkten.

## ‘Wij willen hen helpen betere ondernemers te worden’

mers te worden, met behulp van rolmodellen.’ De Ambassadors maakten samen met private sponsors en cofinanciering van de Nederlandse overheid de pilot van de AAA mogelijk. In die eerste twee jaar groeide de Academy naar honderd leden, in Tanzania, Kenia en Oeganda. Het netwerk leidde tot nieuwe bedrijvigheid, onderling en met anderen. Naar de groeicijfers wordt nog onderzoek gedaan, maar Heemskerk schat dat in ieder geval een kwart tot de helft van de ondernemers meer omzet draait. Van de twintig ondernemers van het eerste uur hebben er inmiddels acht serieuze investeerders ge-

vonden. Honderden boeren profiteerden mee. Gestimuleerd door de resultaten werd een vijfjarenplan geschreven gericht op uitbreiding. Becijferd werd dat voor versterking van leden en organisatie en het inhuren van expertise acht miljoen euro nodig is. Via de Food for Thought-campagne is daarvan 2 miljoen bij particulieren, stichtingen en bedrijven – waaronder de Rabobank Foundation en Nutreco – opgehaald. Dat is gematcht door de Nederlandse overheid. De andere 4 miljoen brengen AAA-leden zelf bijeen, vertelt Heemskerk. ‘Via sponsoring, bijvoorbeeld van rijke Afrikanen die zich maatschappelijk willen inzetten, en door contributies van leden en bijdragen voor activiteiten.’

### BOEREN PROFITEREN MEE

Uiteindelijk gaat het om het creëren van kettingreacties, legt Nijhoff uit. ‘Boeren of coöperaties de markt op duwen, werkt onvoldoende. Maar als iemand die nu van vijfduizend boeren maïs koopt, dankzij een goed investeringsplan financiering vindt voor het realiseren van een grotere opslag, verwerking en marketing, dan profiteren de boeren mee. Want die ondernemer wil zijn loods vol krijgen, en sluit contracten af met boeren. Dat geeft boeren rust en de zekerheid dat ze hun maïs iets boven de marktprijs verkopen.’

Een ander voorbeeld komt van de Keniaanse landbouworganisatie KENFAP Service Ltd (KSL) dat een half tot een miljoen boeren bereikt met onder meer trainingen en advies. Door lidmaatschap van de AAA ziet KSL kansen in het contracteren van kleine boeren voor de teelt van goede pootaardappels: Nederlandse variëteiten die sinds kort mogen worden geïmporteerd. ‘Dit nieuwe pootgoed is voor boeren in heel Kenia interessant omdat het meer oplevert en de voedselzekerheid verhoogt’, vertelt algemeen directeur Charles Gitau. ‘Je wordt als lid gestimuleerd om kwaliteit te leveren.’

De leden dragen hun kennis ook over aan ondernemers buiten de AAA. Kimotho van Dryland Seeds heeft inmiddels een groenteteler, een leverancier en een voedselverwerker geadviseerd over hun bedrijfsplan. Zo krijgt de AAA steeds meer kinderen en kleinkinderen. Kritisch zijn op nieuwe leden is wel nodig, zegt een van de donateurs, Pierre van Hedel, directeur van de Rabobank Foundation. ‘Leden moeten elkaar wel business kunnen toespelen, en het belang van kleine boeren dienen.’ ■

Info [www.aa-academy.org](http://www.aa-academy.org)