

Bedrijven en hulporganisaties werken steeds vaker samen om schoon water en sanitatie beschikbaar te maken in ontwikkelingslanden. Daar komen ze nieuwe problemen tegen. 'Dit vraagt om andere strategieën.'



De start-up SmartLife in het Kenia Nairobi verkoopt schoon drinkwater in jerrycans, zowel via abonnementen als via losse verkoop. Het bedrijf is onder meer met steun van WSUP opgezet (foto: WSUP)

Ontwikkelingsorganisaties en bedrijven zoeken samen andere wegen voor waterhulp

Waterwinkel in plaats van waterput

Door Jac van Tuijn

De waterput is hét icoon van ontwikkelingshulp. Bij ontwikkelingshulp denkt iedereen aan het slaan van waterputten en de bouw van toiletten. Dat gebeurt nog steeds maar Nederlandse organisaties richten zich nu ook op de dienstverlening: het leveren van drinkwater en het bieden van veilige sanitatie. Een andere verschuiving is de opkomst van sociaal ondernemen.

De precieze oorzaak voor de huidige stille revolutie rond waterprojecten in ontwikkelingslanden is moeilijk aan te wijzen. Is het de bezuiniging op ontwikkelingshulp? Of komt het door het groeiende besef dat klassieke waterprojecten in ontwikkelingslanden niet op eigen benen kunnen staan en 'instorten' zodra de Nederlanders weggaan? Feit is dat er een andere kijk is op ontwikkelingshulp: de arme hulpbehoevende medemens heeft plaatsgemaakt voor consumenten die erin slagen met weinig geld rond te komen. Vier miljard mensen leven van minder dan 4 dollar per dag. Bij hun uitgaven hoort vaak ook het kopen van schoon water en de toegang tot een publiek toilet. De watervoorziening als product. Het centraal stellen van betaalde dienstverlening heeft als groot voordeel dat de watervoorziening gewoon doorgaat als het ontwikkelingshulpproject afloopt.

Marketing in sloppenwijken

Door de aangekondigde bezuinigingen op ontwikkelingshulp

zochten hulporganisaties nadrukkelijker naar nieuwe financieringsmogelijkheden. Zo kwamen ze bij het bedrijfsleven terecht. Dat is – in zijn zoektocht naar nieuwe afzetmogelijkheden – geïnteresseerd in manieren om ook de onderkant van de markt ('bottom-of-the-piramyd') te bereiken. Een voorbeeld hiervan is de samenwerking tussen de Amsterdamse stichting Global Alliance for Improved Nutrition (Gain) en Unilever in de sloppenwijken van Nairobi. Gain is een hulporganisatie die zich sterk richt op het terugdringen van kindersterfte en daarbij veel sanitatieprojecten uitvoert. Hygiëne blijkt echter moeilijk uit te leggen. Mensen kopen vaak liever een telefoonkaart waarmee ze direct kunnen bellen dan een toiletvoorziening waarvan ze de beloofde gezondheidsverbetering niet meteen meekrijgen.

Nairobi

Gain en Unilever zijn, samen met de Engelse organisatie Water & Sanitation for the Urban Poor (WSUP), twee winkels begonnen in de sloppenwijken van Nairobi. Daar worden schoon water, voedsel supplementen, vitamines en zeep verkocht. Samen leren hoe ze er betaalbare producten kunnen verkopen en hoe ze klanten het belang van persoonlijke gezondheid kunnen bijbrengen. Traditionele waterprojecten kunnen iets opdringerigs hebben.



In het programma *Football for Water*, onder meer gesteund door de KNVB, geven coaches les over gezonde sanitatie en hygiëne (foto: *Football for Water*)

Innovatieve samenwerkingsverbanden

Financiering met CO₂-rechten

Het samenwerkingsverband 300in6 van bevolgen personen wil de grootschalige verspreiding van huishoudelijke waterapparaten zoals huishoudwaterfilters, wateropslag en waterbehandeling voor consumenten bevorderen. Het initiatief richt zich vooral op het creëren van een marktvraag. Een nieuwe financiële bron die 300in6 daarvoor wil aanboren, zijn de 'carbon credit funds'. Door schoner water te leveren, hoeven huishoudens minder hout te stoken om hun (vervuild) drinkwater eerst te koken voor gebruik. Door de vermeden CO₂-uitstoot kunnen ook waterprojecten in aanmerking komen voor verhandelbare emissierechten.

Financiering door industrieel watergebruikers

Het bedrijf Esteam Work is een initiatief gestart om – naar analogie van verhandelbare CO₂-emissierechten – een systeem op te zetten voor de compensatie van watergebruik. Het idee is om samen te werken met grootverbruikers die hun watergebruik 'compenseren' door geld te storten in een waterfonds. Met dat geld kunnen waterprojecten worden gefinancierd in gebieden met waterschaarste.

Managementsteun aan drinkwaterbedrijven

Er zijn samenwerkingsverbanden van Nederlandse drinkwaterbedrijven met collega-bedrijven in ontwikkelingslanden, waarbij ze hun managementexpertise beschikbaar stellen. Nederlandse managers staan hun collega's in ontwikkelingslanden bij. Dit gaat bijvoorbeeld om het terugdringen van lekverliezen in het distributiesysteem of het verbeteren van de facturering en het incassobeleid.

Waterwinkel in sloppenwijk Nairobi

De hulporganisaties Gain en WSUP zijn met Unilever twee 'smart life'-winkels begonnen in de sloppenwijken van Nairobi. De klandizie ontstaat door schoon water aan te bieden en in de winkel worden consumenten in contact gebracht met producten voor hygiënische verzorging en verantwoorde voeding. De winkel beoogt een gedragsverandering. Als mensen zich bewuster zijn van het belang van een goede hygiëne – voorkomen van ziektes – gaan ze producten zoals zeep waarderen en zijn bereid daarvoor te betalen.

Vermarkten van regenwaterconcept

Een samenwerkingsverband tussen Nederlandse bedrijven en hulporganisaties – Acacia Water, Rain Foundation, MetMeta en Aqua for All – die samen het 3R-concept Recharge-Retention-Reuse op de markt willen brengen in landen die met droogte kampen of met overstromingen door hevige regenval. Het 3R-concept biedt ook een antwoord op de toenemende verzilting van grondwater in dichtbevolkte kustgebieden.

Football for Water

Een samenwerkingsverband tussen KNVB, Unicef, Simavi, VEI, Akvo en Aqua for All /SNV. De KNVB verzorgt voetballessen op scholen in ontwikkelingslanden en heeft daarvoor 'world coaches' opgeleid die de scholieren ook onderrichten in 'life skills' waaronder de hygiënische verzorging. De hulporganisaties zorgen ervoor dat de scholen over goede voorzieningen voor water- en sanitatie kunnen beschikken.

De arme mensen in ontwikkelingslanden hebben geen schoon drinkwater of toiletten en daar komen westerse instanties iets aan doen. De lokale bevolking ziet niet altijd het nut van de nieuwe voorzieningen, laat staan van het onderhoud. Dat het anders kan, bewijst het samenwerkingsverband Football for Water. De KNVB heeft voetbalcoaches gestald op scholen in ontwikkelingslanden die jongeren levensvaardigheden bijbrengen. Naast voetbal krijgen voorlichting over alcohol en drugs en zaken als hygiëne met schoon water veel aandacht. Vaak voorzien Nederlandse hulporganisaties de school van een goede watervoorziening en toiletten.

Een mooie combinatie van twee Nederlandse handelsmerken: voetbal en schoon water. Het project is in 2012 begonnen en nu doen al meer dan honderd scholen in Ghana, Kenia en Mozambique mee. Bij deze samenwerking draait het vooral om de 'world coaches' van de KNVB, zoals oud-Ajacië Aron Winter, die de boodschap van veilig drinkwater en goede hygiëne als geen ander onder de aandacht kunnen brengen.

Aron Winter brengt de boodschap van veilig drinkwater en goede hygiëne

De stille revolutie voltrekt zich ook onder invloed van het topsectorenbeleid dat beoogt hulp en handel te combineren. Het nieuwe beleid voor ontwikkelingshulp is erop gericht bij waterprojecten hulporganisaties samen te laten optrekken met Nederlandse bedrijven en kennisinstellingen. Het zichtbaarst is dit beleid in de regeling Fonds Duurzaam Water. Dit jaar wordt naar verwachting 30 miljoen euro beschikbaar gesteld voor waterprojecten waarbij een publieke partij, een bedrijf en een kennisinstelling samenwerken. Vooral in Ghana, Ethiopië, Kenia en Indonesië blijken publieke en private partijen elkaar goed te kunnen vinden. Hulporganisaties weten bedrijven al te vinden bij samenwerking in financiering en marktgericht denken. Andersom gaat de revolutie minder snel. Vooral leveranciers van waterbehandelingsapparatuur komen moeilijk los van de klassieke verkoop van hun producten. Veel Nederlandse watertechnologie is hightech en in ontwikkelingslanden te duur in aanschaf. Maar zelfs de verkoop van goedkope huishoudelijke waterfilters stuit op moeilijk te doorgronden culturele en locatiegebonden barrières.

Voor een succesvolle verkoop van Nederlandse waterbehandelingsapparatuur in ontwikkelingslanden zijn volgens directeur Sjeff Ernes van de stichting Aqua for All twee zaken belangrijk. Allereerst moet je beseffen dat er ook een gedragsverandering nodig is. Dit vraagt om een andere marketing. "De consument moet eerst overtuigd worden zijn spaarzaam geld uit te geven aan sanitatie en veilig water. Dit moet vervolgens hand in hand gaan met het aanbieden van betaalbare producten en service."

Het tweede punt is het verdienmodel. Om succesvol te zijn moet een leverancier volgens Ernes meer participeren in het gebruik van zijn apparaat. "Het verdienmodel zit minder in de verkoop van het apparaat maar veel meer in een goed marktconcept." Het gaat ook om financiering, onderhoud, servicegarantie. "Dat vraagt om investeerders die oog hebben voor een gezonde cashflow en waarde hechten aan de positieve maatschappelijke impact zoals op milieu, gezondheid en werkgelegenheid."

Mkb

Ook voor Aleid Diepeveen, director business development van het Netherlands Water Partnership (NWP), constateert dat een klassieke marktbenadering in ontwikkelingslanden niet werkt. "De markten zijn in een ander stadium van ontwikkeling. Dat vraagt om andere strategieën en andere samenwerkingen. De koppeling van duurzame ontwikkeling en geld verdienen is een voorbeeld daarvan." Diepeveen is dan ook blij te zien dat de oude tegenstelling tussen bedrijfsleven en hulporganisaties plaatsmaakt voor samenwerking. Tegelijk ziet ze dat de Nederlandse watertechnologiebedrijven vaak klein zijn en het avontuur niet gemakkelijk aangaan. Daarom is zij positief over het Fonds Duurzaam Water waaruit dit soort samenwerkingen financieel gesteund worden. "Ik hoop dat bij de nieuwe ronde dit jaar meer projectvoorstellen worden ingediend waar ook technologiebedrijven, en met name het mkb, aan meedoen." Het NWP gaat daarom bijeenkomsten organiseren over watermarkten in ontwikkelingslanden en opkomende economieën. "Het draait vooral om lokale samenwerking en dat is voor mkb-bedrijven niet eenvoudig, daarom willen wij ze graag een handje helpen." ∅

Fonds Duurzaam Water: 30 miljoen

Overheidspartijen, bedrijfsleven, hulporganisaties of kennisinstellingen die een partnerschap sluiten om een waterproject in een ontwikkelingsland te realiseren kunnen in aanmerking komen voor een bijdrage tot 60% in hun kosten vanuit de regeling Fonds Duurzaam Water.

Het partnerschap moet bestaan uit ten minste één publieke instelling en een bedrijf. Daarnaast is betrokkenheid van een ngo of kennisinstelling verplicht. Van alle deelnemende partijen is ten minste één partij afkomstig uit Nederland en één partij afkomstig uit het land waar de activiteit voor is opgezet. De regeling geldt voor ruim zestig landen. Voor 2014 is 30 miljoen euro beschikbaar en de sluitingsdatum is 30 juni 2014.

Meer informatie: www.rvo.nl