

# Bloeiend ondernemersnetwerk helpt Oost-Afrika

**Met filantropische giften van de Wageningse Food for Thought-campagne bouwden Oost-Afrikaanse mkb-ondernemers in de agrifoodsector een netwerk op. Dat pakte goed uit voor de ondernemers én voor het platteland. 'Het inkomen van meer dan een miljoen kleine boeren is met een derde gestegen.'**

TEKST ANJA JANSSEN | FOTOGRAFIE AA-ACADEMY

**E**en mooier voorbeeld van wat de Africa Agribusiness Academy (AAA) mogelijk maakt in Oost-Afrika is er bijna niet: begin oktober 2018 komen ruim 150 lokale ondernemers uit de agrifoodsector op eigen kosten een kleine week lang samen in de Oegandese hoofdstad Kampala. Ze delen kennis en ervaring en sluiten voor meer dan 1,2 miljoen dollar aan handelscontracten. De AAA is een netwerk voor kleine en middelgrote bedrijven in de agrifoodsector in Oost-Afrika. Het is in 2010 opgericht op initiatief van de Wageningen Ambassadors. Dankzij de Food for Thought-campagne, een fondsenwervingscampagne tussen 2013 en 2017 van het Universiteitsfonds Wageningen, is de businessclub van het eerste uur uitgebouwd naar een zelfstandige ledenorganisatie, geleid door een Afrikaans team. Filantropische partners (particulieren, stichtingen en bedrijven) legden hiervoor 2 miljoen euro in, de Nederlandse overheid verdubbelde dit bedrag. De AAA-leden zelf droegen in geld en natura bij. Jan Kat van de DEKA Foundation was een van de filantropische partners. 'Mijn oudste broer en ik hebben in Wageningen gesteund. Bijdragen aan dit project leek ons een mooie gelegenheid om iets terug te doen. Het AAA-project sprak ons aan omdat het

**'Je kunt niet harder lopen dan de lokale dynamiek'**

om ondernemerschap gaat en we zochten vanuit onze stichting naar iets op het grensvlak van development en onderwijs.' Met het geld werden onder meer Wageningse experts ingehuurd om de opzet en uitbreiding van het netwerk te begeleiden, AAA-leden te helpen met businessplannen en om trainingen te geven. De sinds eind 2017 volledig zelfstandige organisatie haalde na afloop van het project nog eens voor drie jaar een miljoen aanvullende financiering binnen van de Nederlandse overheid (Directoraat-generaal Internationale Samenwerking).

## VIJFTIEN BUSINESSCLUBS

De AAA is inmiddels actief in zes landen – Kenia, Oeganda, Tanzania, Ethiopië, Malawi en Rwanda. Een secretariaat in Kampala onder leiding van directeur Farid Karama stuurt de organisatie aan en ondersteunt de landenafdelingen. In de zes landen zijn vijftien

businessclubs actief, waar de leden samenkomen en waar trainingen en workshops plaatsvinden. De Oegandees Karama is sinds 2011 lid van de AAA en hij was meteen enthousiast over het ondernemersnetwerk. 'Je kunt elkaar helpen om verder te groeien.' De AAA heeft het leven van veel ondernemers veranderd, zegt Karama. 'Ze kregen toegang tot financiering door betere businessplannen. Tussen 2013 en nu zijn bedrijven gemiddeld met 30 procent gegroeid, door onderlinge deals, verbeterde marketing, branding en ondersteuning die ze kregen bij financiering en management. Ook is er onderling vertrouwen gegroeid, waardoor het mogelijk is geworden om kennis te delen, gezamenlijk marketing te doen of bijvoorbeeld verpakkingen in te kopen.' De AAA mag dan een ondernemersvereniging zijn, het ultieme doel van de organisatie is 'bij te dragen aan economische groei en het verbeteren van inkomens van boeren en de voedselzekerheid in Afrika', aldus Karama. Een voorwaarde voor het lidmaatschap is dat de ondernemer samenwerkt met kleine, lokale boeren. Die aanpak, om via het ondersteunen van mkb'ers in de agrifoodsector de ontwikkeling van het platteland te stimuleren, blijkt te werken. 'In de periode van 2013 tot nu is het inkomen van meer dan een mil-



Netwerkmactiviteiten van de Africa Agribusiness Academy in Oost-Afrika.

joen kleine boeren die leveren aan AAA-leden met 35 procent gestegen', aldus Karama. 'Er zijn forse bedragen in het AAA-project gestopt, maar als je al kijkt naar de impact op boeren, is dat zeker verantwoord', vindt Bram Huijsman, voormalig directeur Wageningen International van WUR. Hij kwam in 2010 met het idee van de ondernemersclub en is sindsdien betrokken bij de AAA, samen met voormalig Wageningen Ambassador Piet Heemskerck. 'We wilden ondernemerschap in Afrika stimuleren in de keten tussen de boeren en de markt. De mkb-bedrijven vormen daarbij een essentiële schakel', verklaart Huijsman. 'We dachten op voorhand: dit idee is zo goed, dat rolt zich vanzelf uit. Maar zo werkt het niet. Het bouwen van een ledenvereniging is een langlopend proces. Je kunt niet harder lopen dan de lokale dynamiek. De ondernemers zelf moeten het opbouwen. Wij coachen, maar zij moeten het doen. En bepalen dus grotendeels het tempo.' Jan Kat zag dat het AAA-project 'buiten de comfortzone van Wageningen lag'. 'Maar de betrokkenheid van de onderzoekers was enorm. Zij hebben bijgedragen aan het leggen van een fundament waarop nu kan worden verder gebouwd.'

### STROOMVERSNELLING

De ontwikkeling van AAA zit inmiddels in een stroomversnelling. De AAA telt anno 2019 260 betalende leden. De ambitie van Karama is om te groeien naar 500 leden in 2020. In eerste instantie in de huidige zes landen, maar ook Ghana, Zambia en Nigeria hebben belangstelling getoond. Sinds kort biedt AAA ook financiering voor leningen tussen de 2.000 en 20 duizend dollar waarvoor geen onderpand nodig is. Het geld hiervoor komt van een aantal filantropische partners die ook aan het Food for Thought-project hebben bijgedragen. Tekenend voor het volwassen worden van de AAA is ook haar groeiende invloed. De organisatie wordt door de overheden van de zes Oost-Afrikaanse landen erkend als vertegenwoordiger van mkb-bedrijven in de agrifoodsector. Karama: 'We praten mee over agribusinessbeleid, ondernemerschap en handelskwesties. Veel mensen en organisaties volgen ons en waarderen wat we doen. Onze zichtbaarheid groeit.' ■

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