



MICROKREDIET MET MACRO-GEVOLGEN

VELE KLEINTJES...

Alimova Bibifotima uit Tadzjikistan, Phoan Ren uit Cambodja en Perpetual Afram uit Ghana leenden geld via Oikocredit. Oikocredit investeert in startende ondernemers, vooral vrouwen, in ontwikkelingslanden. Een doelgroep waar geen enkele grote bank zijn vingers aan wil branden. Maar de mensen die hun spaargeld beleggen bij Oikocredit, behalen niet alleen een hoog sociaal rendement, het belegde geld levert uiteindelijk ook méér op.

Hann Verheijen en **Hilda Borkhuis** zijn twee Nyenrodianen die feitelijk in de harde sector van de financiële wereld werken, terwijl het werk op zich een 'softe' uitstraling heeft in de perceptie van de buitenwereld. Maar wat is er soft aan een bedrijf met 801 miljoen euro totale activa, 611 miljoen euro uitstaand kapitaal waarmee 28 miljoen klanten worden bereikt?

Hann hoorde bij de eerste lichte IDP in 1992. Na een jaar of acht werken in de wereld van corporate finance, constateerde hij dat hij veel verdiende, veel kon reizen, maar stelde hij zichzelf de gewetensvraag: vind ik dit wel leuk? Wil ik hier mijn energie aan geven? Hij besloot te gaan werken voor Triodos Bank, en stapte na tien jaar over naar Oikocredit Nederland, waarvan hij directeur werd. Ook Hilda kende een dergelijke ommekeer. 'Ik werkte in de zorgsector en wilde mezelf scholen op het gebied van bedrijfskunde. Dat werd PDP op Nyenrode. Ik ontmoette **Paul de Blot (20040901)** en raakte in 2005 betrokken bij de oprichting van de Kring Business Spiritualiteit. Dat zette me aan om te zoeken naar een organisatie waar realisme en idealisme met elkaar verbonden zijn. In de zorg kun je ook heel mooie projecten doen, waar patiënten beter van worden. Maar dit is werk wat me meer raakt. Dit is echt business spiritualiteit in de praktijk.'

Muhammad en Máxima

Oikocredit bestaat al ruim veertig jaar, maar de aandacht voor microkredieten is van de laatste tien jaar. Muhammad Yunus geldt als de grondlegger van het fenomeen microkrediet, het verlenen van kleine leningen aan ondernemers, vrouwen vooral, die geen toegang hebben tot traditionele geldverstrekkers, vooral omdat zij worden gezien als een te groot risico. 'De Verenigde Naties riep 2005 destijds uit tot het jaar van het microkrediet, en toenmalige prinses Máxima besteedde er in ons land veel aandacht aan. 'Daardoor nam de publieke belangstelling voor microkrediet enorm toe', vertelt Hann. 'Daarop volgde ook weer een begrijpelijke tegenreactie. Het verstrekken van microkredieten is niet de enige en ultieme oplossing van armoede. Daarvoor is armoedebestrijding veel te complex. Maar het levert wel een belangrijke bijdrage.'

Microkrediet is gestoeld op het principe van zelfredzaamheid. 'Geef iemand een vis en hij heeft een dag te eten, geef iemand

WIE IS...

HILDA BORKHUIS
(19980306)

WERK

Project- en verandermanagement Oikocredit Nederland sinds 2013

WERKTE BIJ

St. Antonius Ziekenhuis, VUmc, Plexus Medical Group

OPLEIDING

Nyenrode PDP
HBO Verpleegkunde

HOBBY'S

Lezen, steden bezoeken

PRIVÉ

Geboren in 1969, samenwonend en twee kinderen (11 en 10 jaar oud)

hborkhuis@oikocredit.nl

‘DE ERVARING LEERT DAT ALS JE EEN EURO UITLEENT AAN EEN VROUW, HET GELD BETER RENDEERT IN SOCIAAL OPZICHT.’



een hengel en hij eet een leven lang.’ Microkrediet gaat feitelijk nog een stapje verder, want de instelling leent geld om een hengel te kópen. Daarmee is het verstrekken van microkredieten structureel anders dan het principe van ‘geef-geld’, de vorm van ontwikkelingshulp zonder tegenprestatie. Ook grote financiële instellingen verstrekken microkredieten, maar met het oogmerk om winst te maken. ‘Bij Oikocredit staat het sociaal rendement voorop, niet het financiële succes’, zegt Hilda. ‘Het sociale rendement levert een grote bijdrage aan armoedebestrijding.’

Om succes te verwezenlijken, heeft het bedrijf een eigen, heel persoonlijke aanpak en benadering. Hilda: ‘Samenwerken met lokale partners is heel belangrijk. Alleen dan kun je als organisatie rekening houden met de cultuur en het land en de mensen zelf, en weten wat er mogelijk is en succesvol kan zijn.’ Een aspect dat daarop aansluit is kennisoverdracht. ‘De vraag hoe we een ondernemer kunnen helpen om een succesvol ondernemer

te worden, staat centraal,’ legt Hann uit. ‘In Cambodja bijvoorbeeld was ik in een vrouwengemeenschap waar een lening was verstrekt om kippen te houden. Er werd de vrouwen ook geleerd hoe ze kippen konden houden, in welke kippenren, hoe bouw je zo’n kippenren? Welk gewas laat je groeien, waar de kippen van kunnen eten? Dat kan alleen als je deskundige mensen ter plekke hebt.’

Wereldvrouwen

Ruim 80 procent van de ondernemers die een lening krijgt, is vrouw. Hilda: ‘Het verstrekken van microkredieten aan vrouwen is een bewuste keuze, waar de organisatie ook echt op inzet. Het wordt nadrukkelijk gecommuniceerd, gepromoot en gestimuleerd.’ De reden is duidelijk: ‘Vrouwen zijn goede ondernemers en de opbrengsten komen ten goede aan het gezin. Voedsel, medicatie, school – vrouwen hebben meer oog voor dat soort dingen dan mannen. Dergelijke zaken zijn essentieel voor armoedebestrijding. Daarnaast zijn vrouwen in ontwikkelingslanden veelal achtergesteld en niet gelijkwaardig aan mannen, ze hebben minder zeggenschap in de lokale gemeenschap. Doordat zij een lening krijgen en zelfstandigheid verwerven door een onderneming, worden ze ook gelijkwaardiger. Binnen een relatie, ten opzichte van hun man, maar ook binnen de gemeenschap zijn ze minder afhankelijk. Als vrouwen een bedrijf beginnen en personeel gaan aannemen, verwerven ze zich ook een zeker aanzien en een positie. In die zin is het microkrediet voor de emancipatie en gelijkwaardigheid van vrouwen dus heel belangrijk.’ Hann vult aan: ‘De ervaring leert dat als je een euro uitleent aan een vrouw, het geld beter rendeert in sociaal opzicht, dus niet perse financieel. Het sociale rendement levert een grote bijdrage aan armoedebestrijding en dat is ons startpunt.’ Ook binnen de organisatie van Oikocredit zelf worden vrouwen gestimuleerd om managementposities in te nemen. ‘Practice what

you preach’, zegt Hilda. ‘En dus is er binnen het bestuur van Oikocredit een gelijke verdeling van vrouwen en mannen.’

Jij maakt het verschil

Voor de mensen die hun geld beleggen bij Oikocredit, komt het sociale aspect eveneens op de eerste plaats. ‘Onze doelgroep zijn mensen die zich realiseren dat veel problemen, zoals het klimaat, het milieu, maar ook vrede, te maken hebben met armoede’, vertelt Hilda. ‘We moeten zorgen voor een betere balans, daar raken steeds meer mensen van doordrongen. De verandering moet van onderaf komen. En dat kan door je gedrag als consument aan te passen. Consumenten hebben enorm veel kracht. Kijk naar de opkomst van de biologische winkels, dat komt door de macht van gewone consumenten. En dat geldt ook voor duurzaam bankieren.’

‘Jij en ik kunnen het verschil maken’, stelt Hann. ‘Met een beetje geld kun je zorgen dat een aantal mensen daadwerkelijk kan gaan ondernemen en daardoor uit de armoede kan komen.’ In de communicatie-uitingen van Oikocredit ligt de nadruk op het persoonlijke. Hann: ‘De kracht is dat we de koppeling maken tussen de belegger hier en de ondernemer daar. Je kunt iets mogelijk maken. We brengen wat we doen tot heel menselijke proporties terug, ik ben zelf bij Perpetual in Ghana geweest.

WIE IS...

HANN VERHEIJEN
(19920948)

WERK

Directeur Oikocredit Nederland sinds 2012

WERKTE BIJ

Triodos bank (directie), Rabo Securities, Polynorm, KWW

PROFIEL

Leiderschap, strategie en marketing bij betekenisvolle organisaties

OPLEIDING

Nyenrode IDP, HEAO Communicatie

HOBBY'S

Reizen, theater

PRIVÉ

Geboren in 1969, getrouwd en drie kinderen (14, 12 en 10 jaar oud)

hverheijen@oikocredit.nl

Dankzij het microkrediet heeft ze een naaimachine kunnen kopen en kunnen haar kinderen naar school.’

Het gaat nadrukkelijk om het sociale rendement, en dat het uiteindelijk financieel beter heeft gerendeerd is ook mooi, stelt Hann. Wie naar de cijfers kijkt, kan constateren dat er met het financieel rendement echter helemaal niets mis is. De afgelopen tien jaar elk jaar 1,55 procent. ‘Ik durf de stelling aan dat je, over de laatste tien jaar genomen, bij een grootbank minder rendement gehaald zou hebben dan bij Oikocredit.’

Oikocredit is al 40 jaar actief. Het bedrijf bereikt circa 28 miljoen mensen in zo’n 63 ontwikkelingslanden en opkomende economieën. ‘We zijn redelijk groot, maar we zijn het best bewaarde geheim van Nederland’, erkennen Hilda en Hann. ‘We willen meer bekendheid, we hebben meer beleggingsgeld nodig. Wereldwijd zijn er nog twee miljard mensen die geen toegang hebben tot kredietverlening. Dat is een kwart van de wereldbevolking. We moeten nog heel veel doen, we kunnen nog een heel grote bijdrage leveren. Ieder kind dat naar school kan gaan, is een investering in de toekomst. Het gaat om kleine stappen binnen het grote geheel.’

DE ORGANISATIE

Oikocredit is al bijna 40 jaar succesvol met microkrediet. Zo’n 50.000 particulieren en organisaties beleggen wereldwijd in Oikocredit, waarvan bijna 10.000 in het Oikocredit Nederland Fonds. Het kapitaal komt via een breed netwerk van lokale microfinancieringsinstellingen over de hele wereld terecht bij mensen die daarmee hun levensomstandigheden kunnen verbeteren. Geld lenen zorgt voor zelfvertrouwen, gelijkwaardige relaties en economische groei. Anders dan geefgeld, wordt leengeld steeds opnieuw uitgeleend: zo kunnen veel meer mensen geholpen worden.