



Dossier Filipijnen

EN OOK:
Max Havelaar-directeur
Peter d'Angremond



Na eeuwenlange overheersing door de Spanjaarden werden de Filipijnen in 1898 afgestaan aan de Amerikanen, na de Spaans-Amerikaanse oorlog. De status van gemeenebest met zelfbestuur die de Filipijnen in 1935 kregen, was van korte duur. In de Tweede Wereldoorlog bezetten de Japanners de eilanden. Het duurde tot 4 juli 1946 tot de Filipijnen tot onafhankelijke republiek werden uitgeroepen. Een groot aantal etnische groepen maakt deel uit van de bevolking van de Filipijnen.

Jubileumactiviteiten Oikocredit

Van 1983 tot 1988 werden de activiteiten van Oikocredit op de Filipijnen aange-stuurd vanuit Australië. Om een betere aansluiting te vinden bij de problemen waarmee de armere bevolking kampt, heeft Oikocredit in 1989 een eigen kantoor op de Filipijnen gevestigd. Oktober jongstleden vierde het lokale kantoor dan ook haar 25-jarig bestaan. Waar eerst alleen krediet in harde valuta werd verstrekt, is Oikocredit leningen in pesos gaan aanbieden om haar partners te helpen herstellen van de effecten van

de Aziatische financiële crisis in 1997. Dat was erg waardevol voor die partners.

Door de jaren heen heeft Oikocredit haar activiteiten op de Filipijnen uitgebreid: van financiering van coöperaties naar microfinancierings-instellingen, fairtrade-bedrijven en andere sociale ondernemingen. Daarnaast blijft Oikocredit haar investeringen in de landbouwsector uitbreiden, omdat economische groei in deze sector een grote impact heeft op de kwaliteit van leven van veel mensen.

Tot op heden heeft Oikocredit 119 lokale organisaties op de Filipijnen gefinancierd en een bedrag van totaal 4,7 miljard Filipijnse pesos geïnvesteerd (ongeveer 84 miljoen euro). Op dit moment heeft Oikocredit 51 partners in het land en het uitstaande kapitaal bedraagt bijna 19 miljoen euro.



107,7
MILJOEN
INWONERS



GEMIDDELDE LEEFTIJD
24 JAAR



LEVENSV ERWACHTING
73 JAAR



27%
VAN DE BEVOLKING
LEEFT ONDER DE
ARMOEDEGRENS



GEBORTECIJFER
24
PER 1.000 INWONERS



STERFTECIJFER
5
PER 1.000 INWONERS



RELIGIE:
→ KATHOLIEK 83%
→ MOSLIM 5%
→ OVERIGE RELIGIES 12%



95%
VAN DE BEVOLKING
OUDER DAN 15
JAAR KAN LEZEN
EN SCHRIJVEN



TALEN:
FILIPIJNS EN ENGELS





Iedereen winst

Door Willemijn Verloop

Wat ik mooi vind om te zien, is dat steeds meer mensen het heft in eigen hand nemen en ondernemerschap inzetten om een maatschappelijk probleem aan te pakken. Of dat nou gaat om een bedrijfje in Cambodja dat lokaal werkgelegenheid creëert of om een Amsterdamse ondernemer die jarenlang bij een bank heeft gewerkt en ervoor kiest om een bedrijf te starten om meer blinde en slechtziende mensen aan werk te helpen. Sociaal ondernemers creëren een innovatief, duurzaam en zelfredzaam model waarin ze markt en maatschappij verbinden. Het raakt me om te zien dat ze voor eigen rekening en risico aan de slag gaan met een maatschappelijk probleem dat ze na aan het hart ligt. Ze gaan weg van de geijkte verdeling tussen goede doelen, overheid en bedrijfsleven en brengen het beste van deze sectoren samen in een sociale onderneming.

Een mooi voorbeeld daarvan is social enterprise TTC Mobile; oprichters Bas en Hajo zagen al in 2006 dat de marktpenetratie van de mobiele telefoon enorme kansen bood voor ontwikkeling van mensen in arme landen. Inmiddels heeft meer dan 80% van de bevolking in Afrika een mobiele telefoon. TTC Mobile lanceerde innovatieve mobiele voorlichtingscampagnes. Ze verstuurden inmiddels al meer dan 50 miljoen sms'jes, over de hele wereld. Naar aardappelboeren in Kenia met informatie over de marktprijzen, naar zwangere vrouwen in Tanzania om ze voor te lichten over hygiëne en gezondheid tijdens de zwangerschap en op dit moment loopt er een grootschalige campagne rondom ebola. Kennis en bewustzijn zijn essentieel om verspreiding van dit vreselijke virus te helpen voorkomen en sms is een razendsnelle en (kosten)efficiënte manier om deze kennis te verspreiden. Zo wordt er een brug geslagen tussen charitatieve hulp en de werking van de markt.

Inherent aan de innovatieve manier van werken van social enterprises is dat het lastig voor ze is om (groei)kapitaal aan te trekken. In Nederland zie je dat startkapitaal vaak nog te vinden is via family, friends & fools of crowdfunding, maar als een sociale onderneming wil opschalen en grotere investeringen nodig heeft, zijn investeerders met een zaklampje te zoeken. Terwijl een investering in een social enterprise een aanjager kan zijn voor grote maatschappelijke impact. Zoals Oikocredit dat overigens al vele jaren met succes laat zien in ontwikkelingslanden! Investeren in social enterprises vergt vaak een langere adem van de investeerder, maar de keerzijde is dat een investering zowel maatschappelijke impact als redelijk financieel rendement kan opleveren. Begin dit jaar begon ik met een geweldig team Social Impact Ventures, een impact-investeringsfonds dat Nederlandse social enterprises groeikapitaal en intensieve venture assistance verstrekt. Wij hopen te laten zien dat grote maatschappelijke impact en redelijk rendement samen kunnen gaan, en we willen dat er over tien jaar vele van dit soort fondsen in Nederland zijn. Social Impact Ventures deed onlangs zijn eerste investering in Taxi Electric, een sociale onderneming die zich inzet voor gezondere luchtkwaliteit in grote steden. Ze verduurzamen de stad met 100% elektrische taxi's, waar herintredende 50-plussers achter het stuur zitten, mannen en vrouwen die vaak ten onrechte aan de zijlijn stonden. Zo creëren zij voor iedereen winst. ■



Microkrediet als medicijn Filipijnse Wilma Papipag zag dankzij geleend geld zelfs haar huwelijk opfleuren

De komst van ASKI, een partnerorganisatie van Oikocredit, bracht in het noorden van de Filipijnen voor veel mensen vooruitgang. Onder wie Wilma Papipag (51), die met microkrediet haar zaken én haar huwelijk in goede banen bracht.

“Acht jaar geleden hadden de mensen hier in Langka geen toekomstdromen,” vertelt Marcelino, manager bij ASKI, een micro-financieringsinstelling in het noorden van de Filipijnen. “Nu ze met behulp van microkredieten hun levensomstandigheden hebben verbeterd, durven ze te dromen van een mooier huis, studerende kinderen en een pick-up. Bovendien leren onze klanten door middel van cursussen om bijvoorbeeld hun plannen voor een groep mensen te presen-

teren, de administratie van hun onderneming te voeren en, als ze gaan uitbreiden, leiding te geven aan anderen. Ja, dat noem ik vooruitgang.”

Sari Sari-winkel

Een van de inwoners die daarvan profiteert, is Wilma Papipag (51), die tien jaar geleden haar eerste lening van ASKI ontving. Ze gebruikte het geld voor het planten van gewassen, zoals zoete aardappels. Negen jaar later runt haar man Martin (50) de boerderij en heeft zij een Sari Sari-winkel, de kleine variant van de supermarkt die zo typerend is voor veel dorpen op de Filipijnen. Wilma: “We hadden altijd al een winkeltje aan huis, zoals zoveel mensen hier van meerdere markten thuis zijn. Maar omdat Martin

inmiddels de boerderij deed, had ik mijn handen vrij om de winkel uit te breiden. Met een bouwkrediet van ASKI hebben we in 2010 een nieuw pand gebouwd, met daarin ons woonhuis, een grotere winkel en een ruimte waar ASKI nu iedere week trainingen geeft en waar ze ook de aflossingen op leningen kunnen innen.” Wilma draagt de officiële titel van ‘Centre Chief’. Samen met de Credit Officer regelt ze de wekelijkse afdrachten. Op het bijt, voor veel boeren een populaire plek. Voor Wilma en haar gezin heeft de mogelijkheid om tegen een redelijke rente geld te lenen veel voordelen gebracht. “De investeringen in de boerderij en de winkel hebben ons inkomen behoorlijk verhoogd. We kunnen nu onze kinderen naar school

sturen, wat vroeger niet zo was. En we houden nog genoeg geld over om ook andere noodzakelijke uitgaven te kunnen doen.” Emotioneel wordt Wilma als ze praat over de ontwikkeling die ze zelf heeft doorgemaakt: “Dankzij de bijeenkomsten in het centrum ga ik nu veel makkelijker om met andere mensen en heb ik een veel sociaal leven. Ik was daarvoor heel erg op mezelf, maar nu maak ik volop deel uit van de gemeenschap. En ik heb ook veel nuttige dingen opgestoken over de opvoeding van mijn kinderen, hoe ik moet plannen, budgetteren, hoe ik naast mijn werk ook mijn huishouden kan organiseren, noem maar op.”

Uiteindelijk bleek het microkrediet zelfs een medicijn voor haar huwelijk, dat mede door geldgebrek veel stress en problemen met zich meebracht. “Nu we goed voor onszelf en de familie kunnen zorgen en samen aan een beter leven werken, is de relatie met mijn man veel harmonieuzer en zijn we een stuk gelukkiger. En dat is misschien wel de grootste winst.” ■

ASKI

Alalay Sa Kaunlaran Sa Gitnang Luzon Inc. (ASKI) is een microfinancieringsinstelling die financiële diensten, waaronder ook spaarproducten en microverzekeringen, en trainingen aanbiedt in een aantal provincies in het noorden van de Filipijnen. ASKI traint boeren niet alleen in bedrijfsmatige vaardigheden, er wordt ook gekeken naar de markt waar ze hun producten verkopen. Zo bleek in Langka dat boeren hun groenten verkochten aan tussenhandelaren. Op advies van ASKI verkopen ze hun groenten nu zelf in de dorpen in de omgeving, waardoor ze veel beter betaald worden. Dat geldt zeker voor de cassave. ASKI stimuleert de productie ervan en heeft het contact gelegd tussen de boeren en een fabriek die veevoer produceert. Voorheen brachten de boeren de cassave naar de markt, waar ze 3 tot 5 pesos per kilo ontvingen. Nu krijgen ze 9,50 pesos per kilo van de fabriek en wordt de oogst opgehaald.

Max Havelaar en Oikocredit samen in één kantoor

Gedeelde filosofie

Oikocredit Nederland deelt sinds kort een kantoorruimte met Stichting Max Havelaar. Peter d'Angremond is directeur van deze organisatie, die het Fairtrade-keurmerk zo succesvol in de markt heeft gezet. We stellen hem graag aan u voor.



“Ik geloof dat je mensen waardigheid moet geven door ze te helpen zélf in hun levensonderhoud te voorzien.”

Het leven, maar meer nog het werk van Peter d'Angremond (50) begeeft zich tussen dromen en drammen. Dromen van een wereld vol Fairtrade-producten en drammen om dat voor elkaar te boksen. “Die twee aspecten,” vertelt hij, “zitten beide in mij. Als geboren Rotterdammer ben ik gewend de mouwen op te stropen. Niet praten maar doen. Maar ik ben ook opgegroeid in een gezin dat oog had voor de noden van anderen, al was het maar omdat we een aantal jaren in India en Birma, het huidige Myanmar, hebben gewoond. Mijn vader was waterbouwer en werkte daar voor UNDP (United Nations Development Programme, red.). Vooral Birma heeft op mij veel indruk gemaakt. Het was eind lagereschooltijd. Birma was toen – en is trouwens nog steeds – een ontzettend arm land en daar hebben onze ouders ons nooit van weggehouden. Je zag wel dat andere buitenlanders heel erg op zichzelf waren, zich terugtrokken op hun compound en alleen de huishoudster zagen als de lokale representant, maar wij leefden daar gewoon tussen de Birmezen.”

Structurele oplossing

“Dat wij daar alles zagen, dingen die goed gingen en dingen die niet goed gingen, heeft ervoor gezorgd dat ik geloof dat je mensen waardigheid moet geven door ze te helpen zélf in hun levensonderhoud te voorzien. Het geven van hulp is soms nodig, maar biedt geen structurele oplossing voor het armoedeprobleem. Door mensen in ontwikkelingslanden in staat te stellen zelf een bestaan op te bouwen en ze een faire prijs te geven voor hun producten, kunnen ze hun eigen toekomst ter hand nemen. Dat is ook wat ons voor ogen staat bij Max Havelaar.” →

Peter d'Angremond is getrouwd met Rieneke en vader van tweeling Lieve en Dink. Sinds 2009 is hij directeur van Stichting Max Havelaar, de organisatie die inmiddels een dikke 25 jaar kleine producenten in ontwikkelingslanden helpt een betere plek te verwerven in de handelsketen, zodat ze kunnen leven van hun werk en kunnen investeren in een duurzame toekomst. Via het internationale Fairtrade-keurmerk werkt Max Havelaar aan het realiseren van deze visie. Een visie die naadloos aansluit bij die van Oikocredit. Beide organisaties komen elkaar met regelmaat tegen in den vreemde, waar Oikocredit via haar partners en soms rechtstreeks Fairtrade-coöperaties financieel ondersteunt. Zo bezien is het vrij logisch dat beide organisaties sinds kort ook een kantoorruimte in Utrecht delen.

Ontmoetingsplek

Peter: “Een kantoor wordt steeds meer een ontmoetingsplek. Vroeger had iedereen zijn eigen super-de-luxe bureautje of zelfs een eigen kamer en daar was je dan van 9 tot 5 aanwezig. Nu werken mensen vaker vanuit huis en is het kantoor meer een sociaal platform, waar je komt om even bij te praten, te overleggen en inspiratie op te doen. Hann (Verheijen, directeur van Oikocredit, red.) en ik delen de filosofie dat je met meer partijen efficiënter gebruik kunt maken van een ruimte. Deze vergaderkamer bijvoorbeeld wordt door zowel Oikocredit als Max Havelaar gebruikt. Vroeger werd er in de lunchruimte tussen twaalf en twee uur gegeten en verder gebeurde er niets. Nu zitten daar de hele dag door mensen

te overleggen en te werken. Zo maak je veel efficiënter gebruik van de vierkante meters. En dat is alleen nog maar de kostenkant. Wat Hann en mij nog meer enthousiasme en passie geeft, is de opbrengstenkant. Wij zien dit kantoor als een investering in mensen. Een investering in een werkklimaat. Als dat goed is, levert dat veel meer op in productiviteit, in enthousiasme van mensen om hun werk te doen. Zo hebben we het kantoor ook ingericht: als een plek waar mensen op een inspirerende manier samen kunnen komen. Met zowel open als afgeschermdes ruimtes waar je elkaar in het voorbijgaan even aan kunt schieten in plaats van eerst een afspraak te moeten maken in een voorheen overvolle agenda. Dit creëert op een toegankelijke manier heel veel meer dynamiek.”

Ontwikkelingsmotor

Nu Max Havelaar en Oikocredit dezelfde ruimte delen, kan de samenwerking in de toekomst mogelijk nog wat worden geïntensiveerd. Peter: “Wij richten ons op de markt hier om zo veel mogelijk afzet voor Fairtrade-producten te creëren. In Afrika, Azië en Latijns-Amerika hebben we producentennetwerken zitten, die weer een spilfunctie hebben voor de boerenorganisaties. En dat zijn weer de organisaties die voor de aangesloten boeren ‘access to finance’ proberen te regelen. In dat traject zou een nauwere samenwerking met Oikocredit natuurlijk fantastisch zijn, want juist het ontbreken van toegang tot financiële diensten is vaak een belemmering om de ontwikkelingsmotor aan te jagen.” ■



Wekelijkse blogs

Iedere week bieden we u op onze website verrassende inzichten in de wereld van microfinanciering. Als u onze blogs niet wilt missen, like Oikocredit Nederland dan op Facebook. Zo krijgt u wekelijks een aankondiging van de blog op uw eigen prikbord.

Nieuws en achtergronden

Via onze digitale nieuwsbrief houden we u graag op de hoogte van nieuws en achtergronden bij het werk van Oikocredit. Wilt u deze nieuwsbrief ook ontvangen? Geef uw naam en emailadres dan door op onze website: www.oikocredit.nl/nieuwsbrief-aanmeldformulier.

Algemene Ledenvergadering

Op 22 november 2014 hebben leden, bestuur en medewerkers van Oikocredit Nederland de najaarseditie van de Algemene Ledenvergadering bijgewoond in het nieuwe kantoor in Utrecht. Met tevredenheid is teruggekeken op het jaar 2014. De leden hebben ook het vertrouwen uitgesproken dat Oikocredit haar ambitieuze groeiplannen kan realiseren. ■

COLOFON

Bijdragen: Margreet Fros, Opmeer Reports, Willem Groeneveld/www.ztrdg.nl (foto Peter d' Angremond), Jan Groenewold
Concept: Jan Groenewold
Editing: Jacques Poell
Vormgeving: 3mandesign.nl

Dit is een uitgave van:
 Oikocredit Nederland
 Arthur van Schendelstraat 550
 3511 MH Utrecht
 T 030 234 10 69
 E nederland@oikocredit.nl
www.oikocredit.nl



