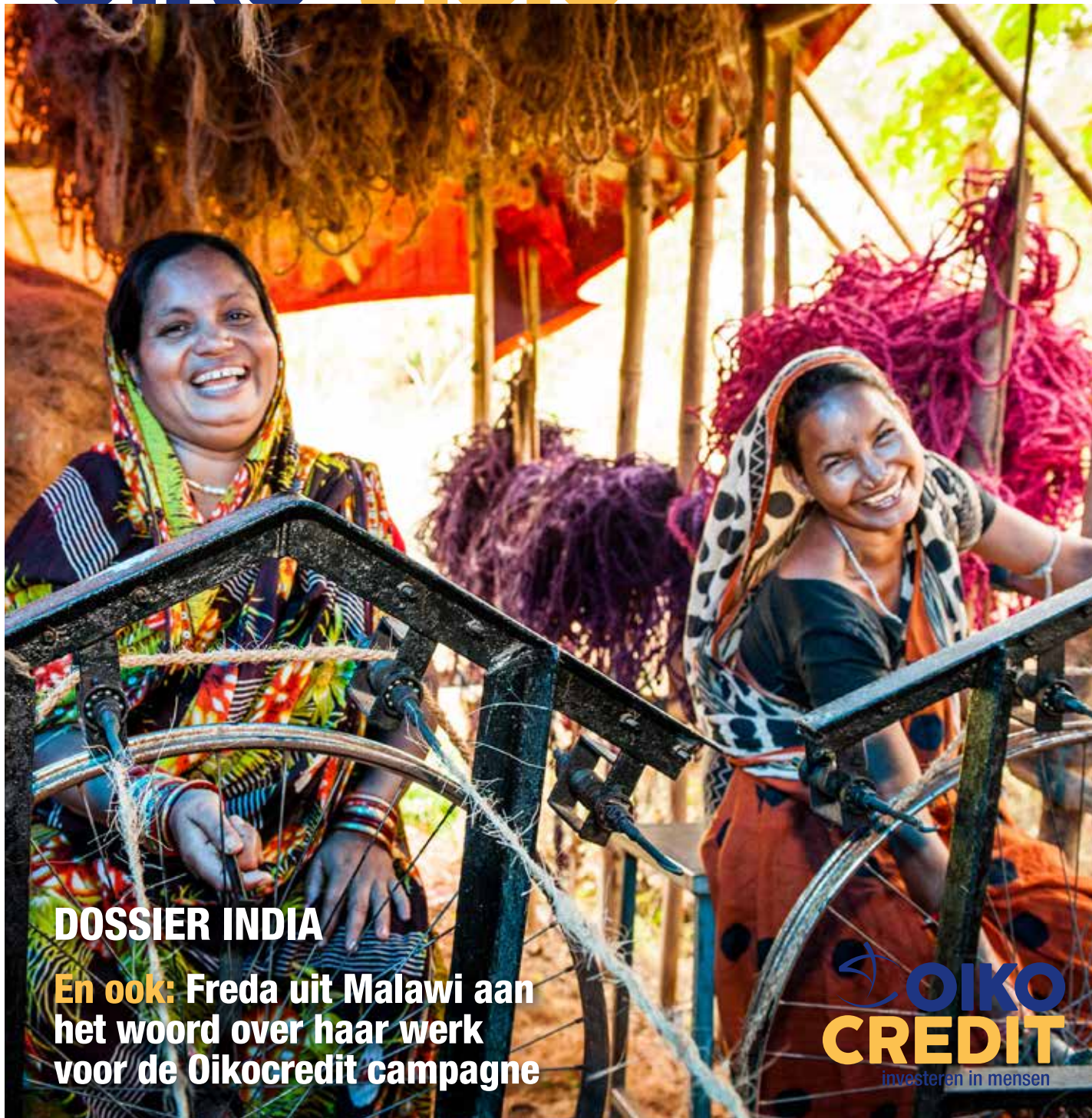


# Oiko Visie

December 2015



## DOSSIER INDIA

**En ook:** Freda uit Malawi aan het woord over haar werk voor de Oikocredit campagne

 **OIKO**  
**CREDIT**  
investeren in mensen

# Belang van de klant staat altijd voorop

Met 'Social Performance Management' zet Madhavi Potay zich in voor het voorkomen van misstanden.

De crisis die de microfinancieringssector in India in 2010 tot op het bot raakte, zorgde voor belangrijke initiatieven om het belang van kleine ondernemers te dienen. Madhavi Potay is Social Performance Manager in het land waar het allemaal begon.

In India is klantbescherming misschien wel net even belangrijker dan in andere landen. Hier immers ging het in 2010 gruwelijk mis. De microfinancieringssector in India ging mank aan te snelle groei. Veel mensen kregen te veel kredieten of moesten zeer hoge rentes betalen. De sector kwam in zwaar weer. Met name in de deelstaat Andhra Pradesh bezweken meerdere afnemers van microkrediet onder hun schuldenlast.

Deze situatie onderstreepte het belang van Oikocredits missie: ondernemende mensen in kansarme posities op een veilige manier toegang bieden tot financiële diensten, zodat zij een beter bestaan kunnen opbouwen. Oikocredit heeft dan ook internationaal het voortouw genomen om misstanden zoals in India te voorkomen. Daarbij wordt nauw samenwerkt met andere partijen in de sector.

Zo hebben partijen in de sector in 2013 de 7 klantbeschermingsprincipes geïntroduceerd. Deze principes vormen een richtlijn voor

microfinancieringsinstellingen om te waarborgen dat de klant altijd voorop staat.

Onder de noemer Social Performance Management maken microfinanciers sindsdien serieus werk van het beschermen van de klanten. Potentiële en bestaande projectpartners worden gewogen op basis van een stevige financiële en sociale analyse.

Madhavi Potay is Social Performance Manager van Oikocredit in India. Zij ziet erop toe dat de bijna 75 partners waarmee Oikocredit in India samenwerkt keurig binnen de lijnen opereren. "Ik schat dat de

klantbeschermingsprincipes inmiddels door zeker 85 procent van onze partners worden gehanteerd. Partners kunnen er voor kiezen deze principes zelf te implementeren of zich te

laten trainen. De meeste organisaties kiezen voor het laatste. Oikocredit onderscheidt zich van collega-financiers door deze trainingen zelf aan te bieden. Het doorlichten van de partners op het naleven van de regels laten we liever aan externe bureaus over. Je wilt liever niet de slager zijn die zijn eigen vlees keurt."

## Sociale impact stimuleren

Nog voor Oikocredit een partnerschap aangaat, wordt de beoogde partnerorganisatie doorgelicht op elementen als sociale impact en milieu-aspecten. Madhavi: "We doen dat aan de hand van een zogenaamde scoringskaart waarop een organisatie een minimaal aantal punten moet behalen. Tot nu toe is het niet voorgekomen dat een beoogde partner dat aantal punten niet heeft gehaald. Maar onze blik is vooral gericht op de potentie die de organisatie heeft om die sociale impact te bereiken." →



## KLANT-BESCHERMING IN INDIA



zeggen 'Kom maar op met dat geld, ik koop een mooie motorfiets', maar dat zien we eigenlijk nooit."

## Ontwikkeling van de gemeenschap

Over het algemeen wordt een flink deel van het extra geld dat vrouwen inbrengen besteed aan onderwijs voor de kinderen. Daar maken ze zich sterk voor.

En als groep, als leengroep, zijn ze ook heel erg betrokken bij de noden van de gemeenschap. "Vrouwen maken zich druk over schoon drinkwater, goede sanitaire voorzieningen en dat soort dingen. Daardoor zijn zij vaak een stuwende motor achter de ontwikkeling van de gemeenschap waarvan ze deel uitmaken.

Vrouwen nemen hun verantwoordelijkheid. In dat opzicht meer dan mannen ja." En dat is dan ook het enige zorgelijke aan deze ontwikkeling: vrouwen dragen vaak een enorme last op hun schouders.

"Ze zijn verantwoordelijk voor het huishouden en voor het opvoeden van de kinderen. Daarnaast hebben ze een eigen bedrijfje of werken mee in het familiebedrijf. Dus zijn ze ook verantwoordelijk voor het aflossen van hun lening en vanuit de leengroep dragen ze bij aan de algehele ontwikkeling van de gemeenschap. Zo inspireren de vrouwen hopelijk de mannen om ook wat meer verantwoordelijkheid te gaan nemen." ■

"Een instelling scoorde bijvoorbeeld laag op basis van hun administratieve systemen, maar ze waren heel goed in hun service aan de klanten. We zijn ze gaan trainen om hun systemen te verbeteren, waardoor ze inmiddels een heel waardevolle partner zijn geworden. Als we zien dat een organisatie in de basis deugt maar wel zwakke plekken kent, bekijken we dus of we die gezamenlijk kunnen oplossen. Zo ontmoetten we een aantal jaren geleden een organisatie die een goede strategie volgde, maar die door de crisis in de sector geen nieuw geld kon aantrekken. Daardoor konden ze hun groei-doelstelling niet waarmaken en konden ze ook onvoldoende het contact met hun klanten onderhouden. In zo'n situatie neigen we naar geduld. We hebben contact gehouden met deze organisatie, zodat ze hun zaken op orde konden brengen. Toen ze eenmaal aan onze strikte sociale voorwaarden voldeden, konden we ze helpen met een lening."

## Vrouwen sterker maken

Het coördineren van trainingen en beoordelingen is een belangrijke taak voor Madhavi. Daarnaast probeert ze zo veel mogelijk in

het veld te zijn. "Ik geef zelf ook trainingen. Ik vind het belangrijk om 'feeling' te houden met waar we het uiteindelijk voor doen: zo veel mogelijk mensen toegang verlenen tot financiële diensten en producten. En dan vooral vrouwen. 'Women empowerment', vrouwen sterker maken, is een van de belangrijkste doelstellingen van ons werk. En ja, ik zie dat ook gebeuren. Dat vrouwen zelf over geld kunnen beschikken, maakt dat ze minder afhankelijk zijn. En dat hun stem gehoord wordt. Nee, dat geeft geen scheve verhoudingen, althans niet in India. Indiase vrouwen neigen niet naar dominantie, dat past niet in hun cultuur. De man is hier het gezinshoofd. Maar nu vrouwen ook geld inbrengen, zelf een bedrijfje kunnen beginnen of mee kunnen investeren in het familiebedrijf, krijgen ze wel meer invloed. Ook op hoe het inkomen wordt besteed. In theorie kan de man natuurlijk

## "Vrouwen sterker maken is een van de belangrijkste doelstellingen van ons werk."

## DOSSIER INDIA

# Eendracht helpt Indiase moeders en hun gezinnen op weg



Vanitha's groei is goed geweest voor haar gezin.

Sivagani (35) kijkt met grote tevredenheid naar haar drie koeien. Zij leveren de melk die ze nodig heeft om te verkopen op de markt. In haar dorp in de Indiase deelstaat Tamil Nadu is ze niet de enige die koeien houdt. Samen met 50 vrouwen uit het dorp verdient ze haar geld met de verkoop van koeienmelk. Sivagani is degene die de melkbussen bij alle vrouwen verzamelt en aanbiedt aan lokale handelaars.

Zoals voor miljoenen mensen was het voor Sivagani lange tijd uitgesloten dat zij een onderneming kon starten, ook al had ze degelijke plannen. Zonder inkomen of onderpand geeft een reguliere bank geen krediet. Heel veel vrouwen in India zijn daardoor niet in staat om goed in hun levensonderhoud te voorzien. "Alleen door samen te werken, is het ons gelukt om het vertrouwen te krijgen dat we kredietwaardig genoeg zijn voor een lening."

### "Met 10 koeien kan ik me een echte boerin noemen"

Sivagani heeft haar eerste lening binnen het jaar afbetaald. En ze heeft grootse plannen voor de toekomst. "Ik droom van 10 koeien, want dan kan ik me echt 'boerin' noemen!"

Groei van haar bedrijf betekent ook de mogelijkheid om een nieuw huis te bouwen voor haar gezin. En ze wil haar twee kinderen Gopineter (15) en Purusosharan (17) laten studeren. Ze doen het goed op school. Een vervolgstudie biedt ze een beter toekomstperspectief. "Iedere moeder heeft als diepste wens dat haar kinderen het beter krijgen."

De leengroep waar Sivagani bij aangesloten is helpt haar om haar dromen te verwezenlijken. Naast een beter inkomen krijgt ze veel ondersteuning vanuit de leengroep. Zo kreeg ze vier trainingen waarin alle beginselen van het runnen van een eigen onderneming werden uitgelegd. Dankzij die trainingen heeft Sivagani een beter inzicht in haar financiën en weet ze wat ze nodig heeft om de nodige groei van haar bedrijf te realiseren. Sindsdien sluit ze maandelijks aan bij de bijeenkomsten van de leengroep. →



Oikocredit Nederland voorzitter Jacobine Geel reisde naar India voor ontmoetingen met ondernemende vrouwen, waaronder Sivagani en Vanitha. Kijk op onze website [oikocredit.nl/video](http://oikocredit.nl/video) voor een impressie van haar bezoek.



### De kracht van de leengroep

Om de risico's van het ondernemerschap te minimaliseren is het belangrijk dat ondernemers zich verenigen. Daarom werken de partners van Oikocredit voor het merendeel met leengroepen. Ieder lid van de groep is verantwoordelijk voor de aflossing van haar eigen lening, maar de vrouwen staan wel borg voor elkaar. Wanneer een van de vrouwen tijdelijk problemen heeft, dan krijgt ze steun van de leengroep. Dat versterkt de onderlinge solidariteit. En dat maakt het risico voor de ondernemers en voor de microkredietverstrekker een stuk kleiner. Als een eerste kleine lening volgens afspraak wordt terugbetaald, is het mogelijk om een groter bedrag te lenen.

Veel leengroepen organiseren trainingen en bijeenkomsten om hun leden zo goed mogelijk te ondersteunen. De leden leren belangrijke zaken voor hun onderneming, zoals een bedrijfsplan schrijven, logistieke zaken regelen en het bijhouden van een administratie. De vrouwen helpen elkaar ook bij zaken van meer persoonlijke aard, zoals familieproblemen. Zo staan ze ook geestelijk sterker.

Het dorpje Singaperumal Koil waar Sivagani en Vanitha wonen, bestaat uit 300 huizen. Er zijn drie leengroepen in dit dorp, die onderling ook weer samenwerken. 60% van de vrouwen uit het dorp is aangesloten bij een van deze groepen. Alle drie worden ze gefinancierd door microfinancieringsinstelling Growing Opportunity, sinds 2008 een partner van Oikocredit. ■

Ook Vanitha (27) denkt vooral aan haar dochtertje, als ze het over haar toekomstplannen heeft. Ondanks dat haar man Suresh hard werkt, bleek zijn inkomen te laag om het hele gezin te kunnen ondersteunen. Zeker met de komst van hun dochtertje Varsha, nu twee jaar oud, werd het erg moeilijk om de eindjes aan elkaar te knopen.

Dus besloot Vanitha een jaar geleden dat zij ook haar steentje moest gaan bijdragen. Ze startte met het uitbreiden van haar groentetuin. Zo kan ze meer gewassen verbouwen, die ze op de lokale markt kan verkopen. Voor het inkopen van de zaden had ze een lening nodig. Bij de bank kon ze niet terecht omdat ze geen onderpand kon bieden. Gelukkig kwam Vanitha in contact met Samuel Jayasanker, branche manager van Oikocredit-partner Growing Opportunity. Hij introduceerde haar bij de leengroep.

Haar man steunt Vanitha volledig. "Hij realiseert zich dat we het geld echt nodig hebben." Verlegen lachend: "Het heeft onze relatie niet veranderd. Jazeker, ik ben gegroeid. Maar niet ten koste van mijn man. Mijn groei is goed geweest voor het gezin." Dankzij haar onderneming hebben ze nu voldoende om van rond te komen. Ook Vanitha heeft ambities om het bedrijf uit te breiden. Uiteindelijk hoopt ze genoeg inkomsten binnen te krijgen om haar dochtertje Varsha naar school te laten gaan.

feiten & cijfers

1,2  
MILJARD  
INWONERS

30%  
VAN DE BEVOLKING LEEFT  
ONDER DE ARMOEDEGREN

12%  
VAN DE INDIASE KINDEREN  
TUSSEN DE 5 EN 14 JAAR WERKT

97%  
VAN DE KLANTEN DIE OIKOCREDIT VIA HAAR  
PARTNERS IN INDIA BEREIKT IS VROUW

Bron: Oikocredit en  
[www.cia.gov](http://www.cia.gov). Cijfers  
per februari 2015.

# MADE IN MALAWI

Freda Chigwe is vormgever in Malawi. Zij is een van de ondernemers die de campagne Made in Malawi heeft gemaakt. Hieronder vertelt ze haar verhaal. Haar moedertaal is Engels en we willen het verhaal zo puur als mogelijk met u delen. Op [www.investeerinmensen.nl/freda-malawi](http://www.investeerinmensen.nl/freda-malawi) vindt u de Nederlandse vertaling.

My name is Freda Chigwe and I am a graphic designer. I am 23 years old. I have run my own business for over 5 years. I have always been very passionate about entrepreneurship. So when the opportunity came to create advertising material for Oikocredit, I had no hesitation. Because I truly believe that Oikocredit has and will continue to have a great impact on a lot of small and medium business owners. I was so excited when I was chosen amongst the hundreds that applied. I have always trusted in the quality of my work but to get the nod of a huge international firm really gave me great confidence. Working on the Oikocredit campaign and setting up Kanju advertising was nothing short of amazing. And the results are worth all the work we put in. **I truly believe that entrepreneurship is the only solution to end poverty in Africa.** Lack of employment is a major struggle all around me and entrepreneurship could surely solve this as business owners create employment opportunities. I know many young people with big brilliant business ideas but no capital to invest in setting up the business. My biggest struggle as an entrepreneur is business financing. I need finance to grow my business. Imagine working so hard to get a big contract and when you do, it's a bittersweet moment. Because then I have to seek ways of funding the order and sometimes it's impossible.



DOOR: FREDA CHIGWE

I am happy to see more women having access to microcredit. The benefit chain is so impressive. I convinced my aunt to take a small loan and start a confectionary business. She now makes snacks from home. I'm happy to see her independent and able to provide for her family. She employed 2 girls who take shifts helping her sell the snacks and they use their wages to pay school fees.

A short stroll around any township would make anyone believe that **if more people had access to microcredit, we could possibly break away from poverty.** People all around me are so innovative, making a living out of simple innovations like making shoes from old tyres, making beautiful earrings from empty cans or even making amazing office files from cow dung. It's unbelievable. But because they all run their business at such a tiny scale, they do not benefit much. It's actually pretty sad only being able to make one shoe for example at a time. With a microcredit, these people could increase their production and create employment. Maybe even export their items and earn foreign currency for our country.

**So if you ask me what I think about Oikocredit, I will tell you they are doing a great job.**

All businesses need a bit of a push once in a while but in most developing countries, businesses need a big shove in the right direction. I got mine, and I hope many after me will do so too. ■

## BERICHTEN VAN OIKOCREDIT NEDERLAND

### 10.000\* belegger in het Oikocredit Nederland Fonds

Goed nieuws: afgelopen maand hebben we de 10.000\* belegger in het Oikocredit Nederland Fonds mogen verwelkomen! Het fonds groeit snel, en dat is ook belangrijk. Zo kunnen we nog meer ondernemende mensen in ontwikkelingslanden helpen om zelf uit de armoede te komen.

### Campagne Oikocredit vanaf kerst op televisie te zien

Oikocredit heeft al 40 jaar de overtuiging dat microkrediet werkt. Dat hebben we wederom mogen ervaren bij de totstandkoming van onze campagne. Drie lokale Malawiaanse ondernemers, Innocent, Freda en Benji, hebben die campagne gemaakt. Mét microkrediet! Zij hebben onder andere twee prachtige commercials gefilmd, die vanaf 25 december worden uitgezonden op NPO 1 en 2. Voor het eerst te zien op eerste kerstdag voorafgaand én aansluitend aan het programma 'Kerst met Jacobine' op NPO2. U kunt de commercials alvast bekijken op [www.investeerinmensen.nl](http://www.investeerinmensen.nl)

### Overzichten belegging voortaan digitaal verzonden

Omdat we als duurzame organisatie zo min mogelijk papier willen verbruiken, kiezen we ervoor om overzichten van beleggingen voortaan per email toe te sturen. Dit spaart het milieu en het scheelt veel in de kosten van verzending. Geld dat we effectiever kunnen inzetten voor het doel van onze organisatie. Als u geen emailadres heeft, dan blijft u de overzichten via de post ontvangen.

## COLOFON

**Bijdragen:** Margreet Fros, Jan Groenewold (tekst en foto's), Charlotte Heijmans, Tom Bamber (foto Madhavi in gesprek)

**Vormgeving:** 3mandesign.nl

**Foto cover:** leden van de leengroep Ma Mangala uit Jagulei Padar, India

**Dit is een uitgave van:**  
Oikocredit Nederland  
Arthur van Schendelstraat 550  
3511 MH Utrecht  
T 030 234 10 69  
E [nederland@oikocredit.nl](mailto:nederland@oikocredit.nl)  
[www.oikocredit.nl](http://www.oikocredit.nl)

