

P+

SPECIAL

Jaargang 19

Week 45

FMO focust op vrouwelijk
ondernemerschap

Mercy Chewetu

Vrouwen
beste investering

Specifieke aandacht voor vrouwelijke ondernemers was in de financiële wereld tot voor kort een ondergeschoven kindje. Dat verandert, nu uit steeds meer studies blijkt dat er sprake is van een enorm, grotendeels ongebruikt potentieel. Leningen aan vrouwen renderen beter. Om daarop in te spelen moeten banken aan de bak.

Ontwikkelingsbank FMO maakt er werk van.

Hoe groter het getal, hoe minder het iets zegt. Toch noemen we hier zo'n cijfer, van een nauwelijks te bevatten omvang. Als we evenveel zouden investeren in vrouwelijke ondernemers als in hun mannelijke collega's, zou de wereldeconomie met 3 tot 6 procent groeien. Oftewel: een extra omvang tot wel 5.000 miljard dollar (ruim vijf keer de Nederlandse economie). Waar komt dit getal vandaan? Van de Boston Consulting Group, die verschillende data over vrouwelijke ondernemers wereldwijd analyseerde. Maar er is wel een harde voorwaarde verbonden aan de realisatie van het vrouwelijk ondernemerspotentieel. Dat ontdekte FMO, dat ook samen met Wereldbankdochter IFC onderzoek deed. Met alleen betere toegang tot financiering ben je er nog niet.

"We wisten al langer dat vrouwen goede spaarders zijn, en verantwoordelijke en loyale klanten", zegt Maaïke Platenburg, manager bij FMO's Knowledge Management, Learning & Development team en verantwoordelijk voor evaluaties en onderzoek. "Maar uit ons onderzoek blijkt opnieuw hoe belangrijk het is financiering van kleine, door vrouwen geleide, ondernemingen te combineren met een aanbod van niet-financiële diensten."

In het FMO-onderzoek werden 34 banken wereldwijd gevraagd naar hun ervaringen. "Vrouwen beginnen bijna altijd vanuit een achterstandsituatie. Daarom zijn cursussen in management of business skills, mentorschap, toegang tot netwerken en leren van elkaar, zo belangrijk. Dat helpt hen de systeembarières te overwinnen die hun toegang tot financiering en markten beperken."

Dat loont, niet alleen voor de door vrouwen geleide mkb-bedrijven, maar ook voor de financiële instellingen zelf. Banken die dergelijke niet-financiële diensten integreren in hun financiering van businessplannen van vrouwelijke ondernemers, verdienen die investering gemiddeld binnen twee jaar al terug. Dat is een stuk sneller dan bij mannelijke ondernemers. ➤

Investeer in vrouwen



Jorim Schraven, hoofd Impact en ESG bij FMO: "Vrouwen hebben een veel beter terugbetalingspercentage van leningen, tot wel 50 procent beter dan mannen."



Maaïke Platenburg, kennismanager bij FMO: "We wisten al langer dat vrouwen goede spaarders zijn, en verantwoordelijke en loyale klanten."



Het atelier van Queen of Chitenge Fashion in Zambia: een succesvol bedrijf gerund door een vrouwelijke ondernemer.

- ▶ “Dat mag je best een verrassende uitkomst noemen”, zegt Jorim Schraven, hoofd Impact en ESG bij FMO. “Vrouwen hebben vaak minder onderpand dan mannelijke ondernemers. Maar dat maakt ze ook conservatiever in het lenen. En dat leidt weer tot een veel beter terugbetalingspercentage, tot wel 50 procent beter dan mannen.”

Een van de oorzaken voor de tekortschietende financiering van vrouwelijke ondernemers is het gebrek aan feitenkennis. Schraven: “De meeste banken beschikken niet over harde financiële data over vrouwen. Ze zijn zich ook helemaal niet bewust van de beperkingen waar vrouwelijke ondernemers tegenaan lopen. Pas wanneer ze specifieke producten ontwikkelen voor die doelgroep gaan ze ook die informatie verzamelen. En vervolgens zijn ze verrast over de positieve uitkomsten.”

Voor FMO is de conclusie duidelijk: banken die opereren in opkomende markten hebben op dit vlak een hoop te winnen. Voor zover ze dat nog niet hebben gedaan is het de hoogste tijd voor de ontwikkeling van een specifiek aanbod, op vrouwelijke

ondernemers toegesneden. De Nederlandse ontwikkelingsbank helpt de banken in haar eigen netwerk daarbij. Om effectief te zijn moeten banken ook beter snappen waarom zo’n specifieke aanpak nodig is. Te vaak nog opereren ze in een soort maatschappelijk isolement. “Het zou goed zijn als ze samenwerken met vrouwenorganisaties, ngo’s en mensenrechtenorganisaties”, zegt Platenburg. “Hoe bereik je die potentiële nieuwe klanten? En hoe weet je wat ze nodig hebben? Daar kom je als bank niet alleen achter. Om te snappen waar de barrières zitten is zo’n samenwerking verstandig.”

Het is een aanbeveling die op culturele belemmeringen kan stuiten. Er zijn landen waar vrouwen moeite hebben zelfstandig een afspraak te maken bij de kredietmedewerker van een bank, of daarvoor afhankelijk zijn van mannelijke familieleden. “Wij wijzen op de kansen, en hopen dat steeds meer banken beseffen dat ze er een hoop bij te winnen hebben”, zegt Platenburg. Zoals die bank in Armenië, klant van FMO, die tot voor kort geen specifiek product had voor vrouwelijke ondernemers. Nadat bleek dat de leningen aan vrouwelijke ondernemers

Waarom geven banken in Zambia vrouwen zo’n waardeloos gevoel?

“Ik heb diverse keren geprobeerd een lening te krijgen, maar alles wat ik kreeg was de vraag of ik er kleren van wilde kopen.” Aldus een vrouwelijke ondernemer in Zambia. Ze was een van de deelnemers aan een speciaal trainingsprogramma, georganiseerd door FMO met partners en zes lokale banken.

Zambia behoort in Afrika tot de top wat betreft het aantal vrouwelijke ondernemers. Toch vond twee derde van hen de weg naar de bank nog niet, in tegenstelling tot veel van hun mannelijke collega’s. “Toen ik mijn bedrijf startte”, zegt Mercy Chewetu, “had ik niet genoeg geld om op te schalen. Ik aarzelde over het openen van een bankrekening. In mijn land zien we de bank niet als een vriendelijke partner. Als je aanklopt voor een lening terwijl je niet heel groot bent of geen onderpand hebt, kunnen ze je behoorlijk waardeloos laten voelen. Het kan erg intimiderend zijn, speciaal voor vrouwen.”

Chewetu is de eigenaar van Queen of Chitenge Fashion. Ze startte haar bedrijf drie jaar geleden, en heeft nu een boetiek in de hoofdstad Lusaka. Tot achttien mensen werken op parttimebasis voor haar op acht industriële naaimachines.

Het trainingsprogramma voor vrouwelijk leiderschap gaf haar het beslissende duwtje in de rug, zegt ze in het FMO-magazine Future Minded. Aan het eind van de training konden de ondernemers hun bedrijf pitchen voor de directeuren van de Zambiaanse banken, en de (vrouwelijke) minister van Financiën. Het resulteerde voor Chewetu in een schenking waarmee ze haar eerste naaimachines kon aanschaffen. “Dat gaf me de mentale en financiële push die ik nodig had”, zegt ze. Toen de coronacrisis zich aandiende schakelde de ondernemster snel om en produceert inmiddels beschermende kleding voor de zorg en mondkapjes. “Ik ben nog steeds verbaasd dat ik zo snel kon groeien in zo korte tijd.”

Stanbic Bank Zambia, ook deelnemer het trainingsprogramma, wil dé bank voor vrouwelijke ondernemers in het land worden. Het trainde inmiddels dertig vrouwelijke klanten en twintig stafleden. “Toen de coronacrisis uitbrak zijn we begonnen met online sessies voor onze klanten”, zegt bankier Chanda Chime-Katongo. Zij leidt het programma dat speciaal focust op vrouwelijke ondernemers. “Het is onderdeel van onze aanpak, die behalve op financiële dienstverlening voor vrouwen vooral ook mikt op het vergroten van hun kennis en business skills.”

Dat is helemaal in lijn met de constatering dat niet-financiële producten essentieel zijn in de dienstverlening aan vrouwelijke ondernemers. “Naast bijvoorbeeld netwerken gaat het ook om kennis op het gebied van financiële en businessplanning”, zegt Maaike Platenburg. “Als zo’n bank die trainingen nog niet in huis heeft, helpen wij daarbij. Zo creëer je ook meer lokale capaciteit. De combinatie van financiering met dit soort ondersteuning vergroot echt de kansen van vrouwelijke ondernemers.”



Mercy Chewetu, eigenaar van Queen of Chitenge Fashion: “In mijn land zien we de bank niet als een vriendelijke partner.”

“Het zou goed zijn als banken samenwerken met vrouwenorganisaties en mensenrechten ngo’s.”

beter rendeerden, was de bank om. “Zij lopen daarmee voorop in eigen land. Daar wordt naar gekeken.” Voor de vrouwelijke ondernemers die het wel lukt een afspraak te maken bij de bank is een aangepast aanbod noodzakelijk. Dit geldt zeker voor hen die opereren in de hogere lagen van de informele economie. Dat maakt ze te groot voor microkredieten (die vaak wel beschikbaar zijn voor vrouwen) maar ze komen ook niet in aanmerking voor de gebruikelijke mkb-financiering. Dus moeten banken producten ontwikkelen die daarop inspelen, zoals kleinere leningen dan gebruikelijk, flexibele rentetarieven en alternatieven voor het gebrek aan onderpand. Zo’n aangepast financieel pakket, vergezeld van niet-financiële ondersteuning moet een doorbraak bewerkstelligen in de huidige situatie, waarin twee van de drie door vrouwen geleide kleine bedrijven niet of nauwelijks financiering krijgt. Zoals in Kenia, waar bijna de helft van alle ondernemers vrouw is. Toch komt slechts 7 procent van alle kredieten bij hen terecht. Geen wonder dat bijna driekwart van de vrouwen zegt weinig vertrouwen in banken te hebben. ▶



“Vrouwen beginnen bijna altijd vanuit een achterstandsituatie.”



FMO is deelnemer aan de 2X Challenge, een initiatief van een aantal wereldwijde financiële instellingen om vrouwelijke ondernemers een flinke boost te geven. 2X staat voor het vrouwelijke chromosoom. Maar ook voor het multipliereffect, omdat vrouwen hun verdiende geld vaak in hun familie en toekomst van hun kinderen investeren. Schraven: “Het is de uitdaging voor alle banken om met een gender lens naar hun investeringen te kijken. Dat gaat veel verder dan meer kredieten geven. Je moet ook kijken naar de aandeelhouderstructuur, het aandeel van vrouwen in het management, de positie van vrouwen op de werkvloer.”

Dat betekent ook werk aan de winkel voor de Nederlandse ontwikkelingsbank. Zo blijft de meerderheid van vrouwelijke werknemers in de agrarische sector onder de radar van financiële instellingen, blijkt uit een marktstudie die FMO liet uitvoeren. Platenburg: “Vrouwen werken massaal in agrarische waardeketens, maar van een afstand bekeken zijn ze toch onzichtbaar. Omdat de handel wordt gedomineerd door mannen, het land waar vrouwen werken eigendom is van mannen, en omdat ze als seizoenarbeider werken, of parttime.”

Om daar verandering in te brengen wil FMO bij de beoordeling van toekomstige investeringen niet alleen meer kijken naar vrouwelijke ondernemers, maar ook naar de positie van vrouwelijke werknemers. FMO begint dan ook met een pilot in de landbouw. Platenburg: “We moedigen bedrijven aan een gender strategie te ontwikkelen. Ook op die manier kunnen we als bank bijdragen aan meer gelijkheid en betere kansen voor vrouwen.” ■

Website

+ **FMO over vrouwelijke ondernemers**

+ TEKST HANS VAN DE VEEN + FOTOGRAFIE FMO EN MERCY CHEWETU MUKUPA

+ ART DIRECTION BUREAU BOUDEWIJN BOER EN STUDIO 10

+ UITGEVERIJ ATTICUS BV + WWW.P-PLUS.NL

Komen vrouwelijke ondernemers sterker uit de coronacrisis?

Hoe kleiner de onderneming, des te groter de gevolgen van corona. Dat geldt zeker in opkomende markten omdat het mkb daar voor veruit de meeste banen zorgt. Wat voor soort steun is mogelijk?

Op de overheid hoeven de kleine ondernemers niet te rekenen. Uit recent onderzoek van FMO onder 800 middelgrote en kleine bedrijven in een zestal landen bleek dat in Jordanië en Georgië krap 20 procent van de kleine ondernemers enige financiële ondersteuning kreeg. In vier Afrikaanse landen was dat minder dan 10 procent. In vier van de onderzochte landen meldt de helft van de ondernemers een omzetverlies van 50 tot wel 90 procent, en kasreserves van hoogstens drie maanden.

Maar het onderzoek leverde nog een andere opmerkelijke conclusie op, zegt Maaïke Platenburg. “In alle zes landen die we onderzochten daalde het inkomen van vrouwelijke ondernemers sterker dan bij mannen.” Hoe dat komt? Veel vrouwen zijn actief in sectoren die het hardst worden getroffen, zoals de kleine detailhandel, toerisme en de dienstensector. En vanwege hun geringe omvang hebben deze bedrijven weinig mogelijkheden om klappen op te vangen door over te gaan op een andere werkwijze, zoals digitalisering. “Daar bovenop komt natuurlijk dat vrouwen verantwoordelijk blijven voor zorgtaken. Zeker als de scholen gesloten zijn, blijft er zo minder tijd over voor het werk. Dat nekt velen van hen.”

FMO reageert op twee manieren op de coronacrisis. Voor klanten die in financiële problemen komen is er extra liquiditeit, of uitstel van betalingsverplichtingen. Partnerbanken kunnen een beroep doen op garantievoorzieningen. Ook belangrijk is het niet-financiële steunpakket. Zo kunnen klanten via webinars onderling ervaringen en adviezen uitwisselen. Daarnaast is er op maat gesneden steun. Schraven: “We vragen klanten wat ze nodig hebben. Cursussen, coaching, crisismanagement, noem maar op. Dat levert veel reacties op. Zo steunen we een Pakistaanse financiële instelling in hun programma ‘Don’t let Covid put you out of Business’. Gericht op vrouwelijke ondernemers die bovenmatig last hebben van dit alles. Zij krijgen steun om hun business skills bij te spijkeren, en in de toepassing van nieuwe technologie en digitalisering in hun bedrijf.”

De Nederlandse ontwikkelingsbank sluit aan bij het Building Back Better initiatief van de Verenigde Naties. Schraven: “Hoe structureer je de steun voor ondernemers in opkomende markten de komende maanden en (als je naar de impact kijkt) de komende jaren op zo’n manier dat ze uiteindelijk beter uit de crisis komen? Zorg ervoor dat er voldoende krediet beschikbaar is speciaal voor vrouwelijke ondernemers. Stel waar nodig terugbetalingen op leningen. Stimuleer banken met garanties op de mkb-leningen. Wij doen dat in onze markten met een programma dat wordt gesteund door de EU en de Nederlandse overheid. En we geven niet-financiële ondersteuning, ook op het gebied van digitalisering. Dat biedt hoop voor vrouwelijke ondernemers. Ja, het is waar: de crisis raakt hen harder dan anderen. Maar als ze er doorheen komen, zijn hun vooruitzichten beter. Omdat we nu steeds beter weten dat bedrijven die door vrouwen worden geleid uiteindelijk een lager investeringsrisico voor banken vertegenwoordigen. Op basis van die kennis is het voor banken en andere financiële instellingen aantrekkelijk nu al de financiering van vrouwen substantieel op te schalen.”