



Ministerie van Buitenlandse Zaken

Gender E-zine 2020

# Ondernemende vrouwen aan zet!

Succesverhalen uit Internationale Programma's van RVO

» *Duurzaam, Agrarisch, Innovatief  
en Internationaal ondernemen*

Uitgevoerd door Rijksdienst voor Ondernemend Nederland

## Voorwoord door Mette Gonggrijp

**Met veel plezier introduceer ik het Women in Business magazine van 2020, waarin RVO in beeld brengt hoe aandacht wordt besteed aan het verbeteren van de economische positie van vrouwen en de deelname van vrouwen in internationale handel.**

Bij het ministerie van Buitenlandse Zaken werken we aan het thema vrouwenrechten en gendergelijkheid op drie manieren: in onze diplomatieke betrekkingen, door aandacht te besteden aan deze thematiek in het beleid van Buitenlandse Handel en Ontwikkelingssamenwerking en door middel van financiering van specifieke programma's die zijn gericht op het versterken van vrouwenrechten en gendergelijkheid.

RVO speelt een belangrijke rol als uitvoerder van het Nederlandse beleid voor ontwikkelingssamenwerking en buitenlandse handel. De voorbeelden in dit magazine geven aan dat RVO specifiek bijdraagt aan de Nederlandse inzet op vrouwenrechten en gendergelijkheid. Daarnaast ben ik blij dat ook in programma's en werkzaamheden die niet specifiek zijn gericht op het stimuleren van vrouwelijk ondernemerschap, aandacht wordt besteed aan het betrekken van vrouwelijke ondernemers en het verbeteren van werkomstandigheden voor vrouwen.

Want ondanks dat het op veel plekken steeds beter gaat met de economische positie van vrouwen, valt er nog een wereld te winnen. Het economische potentieel van vrouwen biedt bijvoorbeeld grote kansen voor wereldwijde groei. Onderzoek uitgevoerd door McKinsey in 2015 wijst uit dat volledige gendergelijkheid de wereldwijde economie een groei van 26% (25,5 biljoen euro) kan opleveren tegen 2025. Hetzelfde onderzoek wees uit dat als alle landen gendergelijkheid verbeteren op eenzelfde tempo als het land in hun regio dat de snelste verbeteringen doorvoert, dit al 11 biljoen euro zou opleveren. Kortom, als vrouwen gelijk behandeld worden heeft dat een enorm potentieel voor de hele maatschappij, ook voor mannen. Dat maakt investeren in *empowerment* van vrouwen niet alleen het juiste, maar ook het verstandige om te doen.

*“Het economische potentieel van vrouwen biedt grote kansen voor wereldwijde groei.”*

### Voorwoord

- 1 *Campagne Groei over grenzen: bereiken van vrouwelijke ondernemers met internationale ambities.*
- 2 *Nederlandse ondernemers breiden hun activiteiten uit naar Denemarken en IJsland.*
- 3 *Matchmaking versterkt economische positie Egyptische vrouwen.*
- 4 *Fabriek in Cambodja geeft goede voorbeeld voor arbeidsomstandigheden voor vrouwen.*
- 5 *Vrouwelijk ondernemerschap in Irak.*
- 6 *Ondersteuning jonge ondernemers in Afrika en het Midden-Oosten.*
- 7 *Versterken van lokale koffieboeren in Kenia en Oeganda.*

### Colofon



Als Ambassadeur vrouwenrechten en gendergelijkheid ben ik hoopvol dat we een steeds meer gelijke en eerlijke toekomst toekomst tegemoet gaan, waarin vrouwen het beste uit zichzelf kunnen halen. Tijdens werkbezoeken in het buitenland zie ik dat het vaak juist de vrouwelijke ondernemers zijn die hun gemeenschap vooruit willen helpen. Als ik met hen spreek, geeft het me vertrouwen dat we met onze investeringen daadwerkelijk een bijdrage aan positieve verandering leveren.

Ik hoop dat de verhalen in dit magazine inspiratie bieden om nog meer goede voorbeelden te genereren in de toekomst.

**Mette Gonggrijp,**

*Ambassadeur Vrouwenrechten en Gendergelijkheid,  
Ministerie van Buitenlandse Zaken*

## Voorwoord

- 1 **Campagne Groei over grenzen: bereiken van vrouwelijke ondernemers met internationale ambities.**
- 2 **Nederlandse ondernemers breiden hun activiteiten uit naar Denemarken en IJsland.**
- 3 **Matchmaking versterkt economische positie Egyptische vrouwen.**
- 4 **Fabriek in Cambodja geeft goede voorbeeld voor arbeidsomstandigheden voor vrouwen.**
- 5 **Vrouwelijk ondernemerschap in Irak.**
- 6 **Ondersteuning jonge ondernemers in Afrika en het Midden-Oosten.**
- 7 **Versterken van lokale koffieboeren in Kenia en Oeganda.**

## Colofon





## Groei over grenzen

Meer weten over  
internationaal  
ondernemen?

Wij helpen je verder

Persoonlijk advies

Vrouwelijke ondernemers opgelet: Met 'Groei over grenzen' roepen het ministerie van Buitenlandse Zaken en RVO jou op om je internationale ambities te realiseren.

Bedrijven die internationaal zakendoen zijn productiever, innovatiever en succesvoller. Vooral voor vrouwelijke ondernemers is er nog een wereld te winnen.

### >Ga mee op handelsmissie



Misschien denk je dat deelname aan handelsmissies vooral is weggelegd voor grote bedrijven. Het tegendeel is waar: de overheid organiseert

1

## 'Groei over grenzen'; vrouwelijke ondernemers met internationale ambities

De campagne 'Groei over grenzen' is een oproep aan alle vrouwelijke ondernemers met internationale ambities; verbreed je horizon, verken internationale markten en doe zaken in het buitenland. Bedrijven die internationaal zakendoen zijn namelijk productiever, innovatiever en succesvoller.

## Voorwoord

- 1 *Campagne Groei over grenzen: bereiken van vrouwelijke ondernemers met internationale ambities.*
- 2 *Nederlandse ondernemers breiden hun activiteiten uit naar Denemarken en IJsland.*
- 3 *Matchmaking versterkt economische positie Egyptische vrouwen.*
- 4 *Fabriek in Cambodja geeft goede voorbeeld voor arbeidsomstandigheden voor vrouwen.*
- 5 *Vrouwelijk ondernemerschap in Irak.*
- 6 *Ondersteuning jonge ondernemers in Afrika en het Midden-Oosten.*
- 7 *Versterken van lokale koffieboeren in Kenia en Oeganda.*

Colofon

Het ministerie van Buitenlandse Zaken heeft de internationalisering van het vrouwelijk ondernemerschap als één van haar prioriteiten aangemerkt omdat er veel onbenut economisch potentieel is bij vrouwelijke ondernemers die willen exporteren. De focus van de campagne richt zich op het bieden van betere financiering, informatie en netwerk-mogelijkheden voor deze groep vrouwen.

### **Platform voor delen van ervaringen**

Via netwerkevenementen en -campagnes worden de ondernemers geïnformeerd over de beschikbare diensten van het ministerie van Buitenlandse Zaken in samenwerking met RVO. Daarbij stimuleren ze de ondernemers om in actie te komen: bel de ambassade, maak kennis met RVO, ontdek het subsidieaanbod, ga op handelsmissie en sluit je aan bij relevante netwerken.

‘Groei over grenzen’ geeft vrouwelijke ondernemers een platform om hun ervaring in het internationale bedrijfsleven te delen. Er worden handige tips gegeven en verteld hoe deze ondernemers hulp hebben gekregen van de ambassades. Of hoe zij verdere stappen hebben gezet

dankzij de producten en diensten van RVO. De campagne is ook een oproep aan de samenleving: erken het probleem, wees je bewust van vooroordelen jegens vrouwen en draag bij aan deze culturele verandering.

### **Onderzoek naar best practices**

Daarnaast wil de Nederlandse overheid graag meer weten over de beleidsmatige stappen die overheden hebben gemaakt in het buitenland en welke producten en diensten zij hebben ontwikkeld op het gebied van internationalisering van vrouwelijk ondernemerschap.

Aan het einde van 2019 hebben RVO en het ministerie van Buitenlandse Zaken onderzoek laten uitvoeren naar de internationalisering van vrouwelijke ondernemers. Dit betreft een verdiepend onderzoek aansluitend op het onderzoek uit 2018 dat zich vooral heeft gericht op de positie van de vrouwelijke internationale ondernemer en de specifieke behoeften, motieven en belemmeringen.

## Voorwoord

- 1 **Campagne Groei over grenzen: bereiken van vrouwelijke ondernemers met internationale ambities.**
- 2 **Nederlandse ondernemers breiden hun activiteiten uit naar Denemarken en IJsland.**
- 3 **Matchmaking versterkt economische positie Egyptische vrouwen.**
- 4 **Fabriek in Cambodja geeft goede voorbeeld voor arbeidsomstandigheden voor vrouwen.**
- 5 **Vrouwelijk ondernemerschap in Irak.**
- 6 **Ondersteuning jonge ondernemers in Afrika en het Midden-Oosten.**
- 7 **Versterken van lokale koffieboeren in Kenia en Oeganda.**

## Colofon

*“De focus van de campagne richt zich op het bieden van betere financiering, informatie en netwerkmogelijkheden.”*

### Meer inzicht in bestaand beleid

Het onderzoek uit 2019 staat in het teken van goede voorbeelden van overheidsbeleid en uitvoering in Canada, Denemarken en het Verenigd Koninkrijk. Met als centraal doel van het onderzoek:

Vanuit het literatuuronderzoek, het in kaart brengen van stakeholders en contact met diverse partijen in Canada, Denemarken en het Verenigd Koninkrijk, is antwoord gegeven op de verschillende onderzoeksvragen die op hoofdlijnen de volgende zijn:

- Welke landen lopen voorop bij internationalisering van vrouwelijke ondernemers?
- Wat houdt het succesvolle beleid, in de vorm van 'best practices', van deze landen precies in?
- Welke lessen kan men hieruit trekken?

*“Er worden handige tips gegeven en verteld hoe deze ondernemers hulp hebben gekregen van de ambassades.”*

- Welke 'best practices' zouden ook binnen de Nederlandse context van toepassing kunnen zijn?

De online publicatie van dit onderzoek wordt verwacht in het eerste kwartaal van 2020 op de RVO-webpagina 'Groeï over grenzen'.

Voor meer informatie, kijk op:  
[www.rvo.nl/groei-over-grenzen](http://www.rvo.nl/groei-over-grenzen)



## Voorwoord

- 1 **Campagne Groei over grenzen: bereiken van vrouwelijke ondernemers met internationale ambities.**
- 2 **Nederlandse ondernemers breiden hun activiteiten uit naar Denemarken en IJsland.**
- 3 **Matchmaking versterkt economische positie Egyptische vrouwen.**
- 4 **Fabriek in Cambodja geeft goede voorbeeld voor arbeidsomstandigheden voor vrouwen.**
- 5 **Vrouwelijk ondernemerschap in Irak.**
- 6 **Ondersteuning jonge ondernemers in Afrika en het Midden-Oosten.**
- 7 **Versterken van lokale koffieboeren in Kenia en Oeganda.**

## Colofon



## 2

### *De wereld veroveren met lokale kruiden*

Wereldwijd lokaal voedsel toegankelijk maken voor stedelingen. Dat is de ambitie van Hrbs. Oprichters Nina Sickenga, Tessa Duste en Philip van Traa veroverden de Nederlandse markt al met hun service-model voor verse kruiden, gewassen en kiemgroenten. Nu heeft Hrbs zijn zinnen gezet op het buitenland. Om precies te zijn: Denemarken en IJsland.

#### Voorwoord

- 1 *Campagne Groei over grenzen: bereiken van vrouwelijke ondernemers met internationale ambities.*
- 2 *Nederlandse ondernemers breiden hun activiteiten uit naar Denemarken en IJsland.*
- 3 *Matchmaking versterkt economische positie Egyptische vrouwen.*
- 4 *Fabriek in Cambodja geeft goede voorbeeld voor arbeidsomstandigheden voor vrouwen.*
- 5 *Vrouwelijk ondernemerschap in Irak.*
- 6 *Ondersteuning jonge ondernemers in Afrika en het Midden-Oosten.*
- 7 *Versterken van lokale koffieboeren in Kenia en Oeganda.*

#### Colofon



*“Dankzij het coachtraject begonnen we wel uren in te plannen om met onze buitenlandambities aan de slag te gaan. Het heeft ons geholpen om onze doelen duidelijker te krijgen.”*

Een aantal jaren geleden kreeg Hrbs van RVO een Starters International Business (SIB) voucher voor individuele coaching. Met een adviseur onderzocht het bedrijf toen de mogelijkheden om naar het buitenland uit te breiden. "Toen was ons bedrijf nog jong en was het eigenlijk nog net te vroeg voor ons. We merkten: dit doen we niet zomaar", vertelt Duste.

### **Doelen duidelijker krijgen**

Sickenga: "Dankzij het coachtraject begonnen we wel uren in te plannen om met onze buitenlandambities aan de slag te gaan. Je wilt toch het maximale uit je tijd met zo'n coach halen. Normaal gesproken ben je druk met je dagelijkse bezigheden en reserveer je die tijd niet zo snel. Het heeft ons geholpen om onze doelen duidelijker te krijgen."

### **Internationale dromen verwezenlijken**

Nu Hrbs volwassener is, hebben Sickenga en Duste het idee dat de tijd rijp is om hun internationale dromen te verwezenlijken. Ze vroegen ons opnieuw om ondersteuning en ontvingen een subsidie voor demonstratieprojecten,

haalbaarheidsstudies en investeringsvoorbereidingsprojecten ([DHI](#)). Daarnaast was Hrbs een van de winnaars van [het Oranje Handelsmissiefonds \(OHMF\)](#).

Via de DHI-subsidie kan het bedrijf de haalbaarheid van buitenlandse investeringen in hun kruidenservice onderzoeken. "En via het Handelsmissiefonds krijgen we een jaar lang hulp om de stap naar het buitenland succesvol te zetten. Zo krijgen we onder andere vliegtickets en advies van experts", legt Sickenga uit.

### **Een ingang in andere landen**

De keuze voor IJsland en Denemarken was voor Hrbs snel gemaakt. "We hadden daar al een ingang", vertelt Sickenga. "In IJsland hebben we een opdracht lopen met ons andere bedrijf, MOSS, een bureau voor groene architectuur. We werken in Reykjavik aan een groene oase voor een Biodome – een overdekte, groene ontmoetingsplaats. De opdrachtgever wilde zich ook op lokale voedselvoorzieningen richten, en vroeg ons opnieuw om hulp."

## Voorwoord

- 1 **Campagne Groei over grenzen: bereiken van vrouwelijke ondernemers met internationale ambities.**
- 2 **Nederlandse ondernemers breiden hun activiteiten uit naar Denemarken en IJsland.**
- 3 **Matchmaking versterkt economische positie Egyptische vrouwen.**
- 4 **Fabriek in Cambodja geeft goede voorbeeld voor arbeidsomstandigheden voor vrouwen.**
- 5 **Vrouwelijk ondernemerschap in Irak.**
- 6 **Ondersteuning jonge ondernemers in Afrika en het Midden-Oosten.**
- 7 **Versterken van lokale koffieboeren in Kenia en Oeganda.**

## Colofon



In Denemarken werd Hrbs benaderd door een groep ondernemers die een Deense franchise van het bedrijf willen opzetten. Sickenga: "Dat is voor ons interessant, want zij kennen de markt daar al. Als je al een ingang hebt in een land, is het makkelijker zakendoen. Het helpt als je contacten hebt, die de cultuur daar kennen."

### Stappen zetten naar het buitenland

"We hebben heel actief naar buiten gebracht dat we naar het buitenland willen", vertelt Duste. "Door subsidieaanvragen te doen en mee te doen met het Oranje Handelsmissiefonds kunnen we nu stappen zetten. Als we zwijgend hadden rondgekeken, waren we geen stap verder gekomen."

*"We hebben heel actief naar buiten gebracht dat we naar het buitenland willen"*

De gesprekken zijn nog in een pril stadium, maar Sickenga en Duste staan er positief in. Sickenga: "Je kunt er nooit 100% vanuit gaan dat het gaat lukken in het buitenland. En in de tussentijd moeten we er ook voor zorgen dat onze basis in Nederland stabiel blijft. Maar op lange termijn blijft het onze ambitie om lokaal voedsel toegankelijk te maken voor alle stadsbewoners wereldwijd."

Hrbs is in 2018 begonnen met een servicemodel dat lokaal geproduceerde kruiden levert, klaar om te oogsten en gemakkelijk te onderhouden. En groeit sindsdien steeds verder. Ze zijn al actief in IJsland en Denemarken en hebben de ambitie om lokaal voedsel toegankelijk te maken voor stadsbewoners wereldwijd.

In Nederland levert Hrbs hun producten aan grote namen als De Bijenkorf, Michelinster Restaurant Pure C, La Place, NEMO, Restaurant Vermeer en nog veel meer!

[Bekijk de video.](#)



## Voorwoord

- 1 **Campagne Groei over grenzen: bereiken van vrouwelijke ondernemers met internationale ambities.**
- 2 **Nederlandse ondernemers breiden hun activiteiten uit naar Denemarken en IJsland.**
- 3 **Matchmaking versterkt economische positie Egyptische vrouwen.**
- 4 **Fabriek in Cambodja geeft goede voorbeeld voor arbeidsomstandigheden voor vrouwen.**
- 5 **Vrouwelijk ondernemerschap in Irak.**
- 6 **Ondersteuning jonge ondernemers in Afrika en het Midden-Oosten.**
- 7 **Versterken van lokale koffieboeren in Kenia en Oeganda.**

## Colofon



### 3

## Matchmaking versterkt economische positie Egyptische vrouwen

De meeste projecten van het Centrum tot Bevordering van de Import uit ontwikkelingslanden (CBI) hebben tot doel kansen en nieuwe perspectieven te creëren voor mensen en bedrijven uit alle delen van de wereld. Toen het CBI ging samenwerken met het Egyptische ambachtelijke textiel- en weefbedrijf Siwa Creations, en oprichtster Laila Neamatalla, was er een perfecte match. Dankzij CBI kon het bedrijf contacten leggen, zich oriënteren en de Europese markt voor luxe woninginrichting daadwerkelijk betreden. Bovendien biedt export naar Europa nieuwe perspectieven voor de levens van de vrouwen en hun gemeenschap in de Siwa-oase.

### Voorwoord

- 1 *Campagne Groei over grenzen: bereiken van vrouwelijke ondernemers met internationale ambities.*
- 2 *Nederlandse ondernemers breiden hun activiteiten uit naar Denemarken en IJsland.*
- 3 *Matchmaking versterkt economische positie Egyptische vrouwen.*
- 4 *Fabriek in Cambodja geeft goede voorbeeld voor arbeidsomstandigheden voor vrouwen.*
- 5 *Vrouwelijk ondernemerschap in Irak.*
- 6 *Ondersteuning jonge ondernemers in Afrika en het Midden-Oosten.*
- 7 *Versterken van lokale koffieboeren in Kenia en Oeganda.*

### Colofon

### Beperkte vooruitzichten

Als mensen praten over een gebrek aan kansen en perspectieven, denken ze daarbij meestal niet aan een afgelegen oase. Voor de vrouwen die midden in de woestijn in de Siwa-oase wonen, met maar één weg om erin en eruit te komen, is dit de realiteit. Combineer dat met de culturele normen die de bewegingsvrijheid van vrouwen buiten het huishouden beperken en een economie die voor 90% is gebaseerd op landbouw, en je begrijpt dat de vooruitzichten voor vrouwen van alle leeftijden in deze regio zeer beperkt zijn. Trouwen was een van de weinige opties die ze hadden, met de verwachting dat ze dat op hun achttiende zouden doen.

### Groeikansen

Daar komt Laila Neamatalla om de hoek kijken, een Egyptische ondernemster en creatieve edelsmid en ontwerpster. Ze zag een kans om het leven van deze vrouwen en hun gemeenschap radicaal te verbeteren terwijl ze tegelijkertijd door duurzame sociale en economische ontwikkeling kon bijdragen aan de bescherming van hun cultureel erfgoed.

### Cultureel erfgoed

Met een bevolkingsaantal van ongeveer 30.000 kent de Siwa-oase nabij de Libische grens een eeuwenlange traditie van verfijnd borduurwerk. De vaardigheden werden echter niet overgedragen op de jongere vrouwen en daardoor liep het voortbestaan van de traditie gevaar. In 2001 bedacht Neamatalla het Women's Artisanship Initiative, waarbij

vakkundige grootmoeders werden betaald om jonge meisjes de kunst van het borduren bij te brengen. In eerste instantie werden tien oudere vrouwen voor een periode van zes maanden aangenomen om zeventig jongere vrouwen op te leiden. Binnen drie jaar was het aantal vrouwen dat aan het project meedeed, toegenomen tot 300.

### Nieuwe markten

De revolutie van 2011 in Egypte veroorzaakte een crisis voor de gemeenschap omdat toeristen wegbleven en de lokale markten veel minder inkomsten hadden. "Het CBI heeft geholpen om ons buiten Egypte onder de aandacht te brengen", legt Neamatalla uit. "Dat gebeurde op twee manieren.

*"Ze zag een kans om het leven van deze vrouwen en hun gemeenschap radicaal te verbeteren terwijl ze tegelijkertijd door duurzame sociale en economische ontwikkeling kon bijdragen aan de bescherming van hun cultureel erfgoed."*

Door vanuit de CBI-stand op vakbeurzen op een eenvoudige manier toegang te krijgen tot de markt was één. De tweede manier bestond uit adviezen, waarbij men ons hielp onze ontwerpen aan te passen aan de Europese smaak.

## Voorwoord

- 1 **Campagne Groei over grenzen: bereiken van vrouwelijke ondernemers met internationale ambities.**
- 2 **Nederlandse ondernemers breiden hun activiteiten uit naar Denemarken en IJsland.**
- 3 **Matchmaking versterkt economische positie Egyptische vrouwen.**
- 4 **Fabriek in Cambodja geeft goede voorbeeld voor arbeidsomstandigheden voor vrouwen.**
- 5 **Vrouwelijk ondernemerschap in Irak.**
- 6 **Ondersteuning jonge ondernemers in Afrika en het Midden-Oosten.**
- 7 **Versterken van lokale koffieboeren in Kenia en Oeganda.**

## Colofon



De adviezen van de CBI-deskundigen waren enorm belangrijk omdat zij ons de kennis aanreikten die we anders met vallen en opstaan hadden moeten opdoen. Toegang tot hun kennis over trends, mode, kleuren, enzovoort was heel erg nuttig. Ook de persoonlijke contacten die ze voor ons legden, waren absoluut een succes. Het faciliteren van directe contacten was essentieel; ze hebben ons geholpen de verbinding te leggen met klanten en producenten waardoor vraag en aanbod op elkaar aangesloten konden worden.”

*“De druk om te trouwen en daardoor afhankelijk te worden is verdwenen.”*

### Nieuwe perspectieven

Tegenwoordig verdienen de vrouwen vaak aanzienlijk meer dan een landarbeider. De levensstijl is ten goede veranderd, met meer meisjes die voor hun huwelijk hun middelbare school kunnen afmaken. Sommige vrouwen zeggen dat ze later zullen trouwen of misschien helemaal niet. De toegang tot nieuwe markten heeft ervoor gezorgd dat de stabiliteit van het project en van de gemeenschap is gewaarborgd. De druk om te trouwen en daardoor afhankelijk te worden, is verdwenen en de vrouwen van Siwa kunnen hun eigen levens inrichten.

Siwa Creations is ondersteund door het CBI, het Centrum tot Bevordering van de Import uit ontwikkelingslanden. Het CBI draagt bij aan duurzame en inclusieve economische ontwikkeling in ontwikkelingslanden door de export van deze landen naar Europa uit te breiden. Door middel van export coaching projecten ondersteunt het CBI ondernemers om succesvolle exporteurs naar de Europese markt te worden.



## Voorwoord

- 1 **Campagne Groei over grenzen: bereiken van vrouwelijke ondernemers met internationale ambities.**
- 2 **Nederlandse ondernemers breiden hun activiteiten uit naar Denemarken en IJsland.**
- 3 **Matchmaking versterkt economische positie Egyptische vrouwen.**
- 4 **Fabriek in Cambodja geeft goede voorbeeld voor arbeidsomstandigheden voor vrouwen.**
- 5 **Vrouwelijk ondernemerschap in Irak.**
- 6 **Ondersteuning jonge ondernemers in Afrika en het Midden-Oosten.**
- 7 **Versterken van lokale koffieboeren in Kenia en Oeganda.**

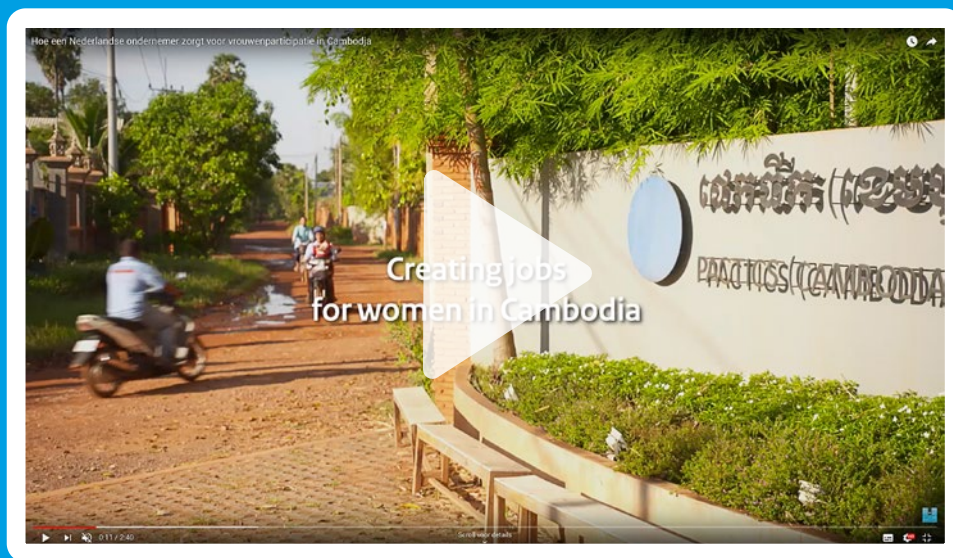
## Colofon



# 4

## Vrouwenparticipatie en duurzaamheid: Cambodjaanse fabriek geeft goed voorbeeld

De fabriek van Pratex Asia is een toonbeeld van vrouwenparticipatie, duurzaamheid en maatschappelijk verantwoord ondernemen. Nederlandse ondernemer Piet Holten liet deze fabriek bouwen in Cambodja, met hulp van RVO.



### Voorwoord

- 1 *Campagne Groei over grenzen: bereiken van vrouwelijke ondernemers met internationale ambities.*
- 2 *Nederlandse ondernemers breiden hun activiteiten uit naar Denemarken en IJsland.*
- 3 *Matchmaking versterkt economische positie Egyptische vrouwen.*
- 4 *Fabriek in Cambodja geeft goede voorbeeld voor arbeidsomstandigheden voor vrouwen.*
- 5 *Vrouwelijk ondernemerschap in Irak.*
- 6 *Ondersteuning jonge ondernemers in Afrika en het Midden-Oosten.*
- 7 *Versterken van lokale koffieboeren in Kenia en Oeganda.*

### Colofon

Pratex Asia laat de Cambodjaanse textielindustrie zien hoe het hoort. In de fabriek van Pratex Asia worden onder andere hoogwaardige brillendoekjes gemaakt voor internationale merken, zoals Oakley en Ray-Ban.

De fabriek staat in de regio Siem Reap, een landelijk gebied met weinig industrie. Met de komst van de fabriek werden 160 banen gecreëerd, waarvan 114 naar vrouwen zijn gegaan. Zij kunnen rekenen op zwangerschapsverlof, kinderopvang in de fabriek en een ruimte om baby's te voeden.

### Goede en veilige arbeidsvoorwaarden

Pratex Asia biedt werknemers goede en veilige arbeidsvoorwaarden. Zo krijgen zij een leefbaar loon, gratis maaltijden, een dertiende maand en een bonus als zij goed presteren. Ook is er genoeg daglicht op de werkvloer en is het gebouw toegankelijk voor rolstoelen.

### Regenwater opvangen voor toiletten

De fabriek voldoet aan de strenge kwaliteitseisen van SA 8000, ISO 9001:2008 en ISO 14001. Om hieraan te voldoen, zijn er bijvoorbeeld zonnepanelen op het dak geplaatst, gebruikt de fabriek zo min mogelijk energie en wordt er regenwater opgevangen voor de toiletten.

### Training voor werknemers

Het bedrijf heeft ook innovatieve manieren om textiel te bedrukken naar Cambodja gebracht, zoals geautomatiseerd zeefdrukken en reliëf aanbrengen. Werknemers krijgen training om deze technieken onder de knie te krijgen. Daarnaast krijgen ze instructies over kwaliteitscontrole en voldoen aan de wet, maar ook over gezondheid en veiligheid op het werk.

Wilt u zakendoen in een opkomende markt of een ontwikkelingsland en kunt u hulp gebruiken bij het rondkrijgen van de financiering? Dan kan het [Dutch Good Growth Fund \(DGGF\)](#) uitkomst bieden. De overheid kan ondersteuning bieden met leningen, participaties, garanties, exportkredietverzekeringen en exportfinancieringen.

In het filmpje vertelt Piet Holten van Pratex Asia hoe hij met steun van RVO deze voorbeeldfabriek heeft kunnen bouwen.

[Bekijk de video.](#)

## Voorwoord

- 1 *Campagne Groei over grenzen: bereiken van vrouwelijke ondernemers met internationale ambities.*
- 2 *Nederlandse ondernemers breiden hun activiteiten uit naar Denemarken en IJsland.*
- 3 *Matchmaking versterkt economische positie Egyptische vrouwen.*
- 4 *Fabriek in Cambodja geeft goede voorbeeld voor arbeidsomstandigheden voor vrouwen.*
- 5 *Vrouwelijk ondernemerschap in Irak.*
- 6 *Ondersteuning jonge ondernemers in Afrika en het Midden-Oosten.*
- 7 *Versterken van lokale koffieboeren in Kenia en Oeganda.*

## Colofon





5

*Wij willen staan voor vrijheid, veiligheid, zelfstandigheid en kwaliteit voor iedere vrouw*

“In Irak koop je alleen lingerie in een winkel die wordt beheerd door een man. Passen kan niet en er is geen speciale lingerie. Ik zag een gat in de markt, daar sprong ik op in”, vertelt Shapol Majid. Als een van de eerste Nederlandse ondernemers in Iraaks-Koerdistan leerde ze veel van de ambassade, maar de ambassade óók van haar.

## Voorwoord

- 1 *Campagne Groei over grenzen: bereiken van vrouwelijke ondernemers met internationale ambities.*
- 2 *Nederlandse ondernemers breiden hun activiteiten uit naar Denemarken en IJsland.*
- 3 *Matchmaking versterkt economische positie Egyptische vrouwen.*
- 4 *Fabriek in Cambodja geeft goede voorbeeld voor arbeidsomstandigheden voor vrouwen.*
- 5 *Vrouwelijk ondernemerschap in Irak.*
- 6 *Ondersteuning jonge ondernemers in Afrika en het Midden-Oosten.*
- 7 *Versterken van lokale koffieboeren in Kenia en Oeganda.*

## Colofon

In 1996 vluchtte Shapol Majid met haar familie uit Koerdistan naar Nederland. Toen ze in 2011 voor het eerst terug was in haar geboortestad Suleimaniya, vertelde een vriendin van vroeger dat ze een zwangerschapsbeha nodig had. Die bleek ze niet te kunnen krijgen in Koerdistan. Shapol besloot de vrouwen van Suleimaniya een alternatief te bieden voor de door mannen gerunde lingeriewinkels. Via Marktplaats kocht ze de inboedel van een failliete lingeriezaak en in 2014 opende ze lingeriewinkel Khanem ('dame' in het Koerdisch).

### **Politiek en praktische zaken**

"Ik begon heel klein. Toen ik aanvoelde dat de winkel een succes ging worden, heb ik contact opgenomen met het Nederlandse consulaat-generaal in Erbil, Koerdistan. Ik heb toen met de consul-generaal gesproken over mijn mogelijkheden als ondernemer, maar ook over de politieke situatie. In die tijd viel IS Mosul binnen, dus ik vond het belangrijk om hem te laten weten dat ik in Koerdistan zat."

*"Ik ben een van de eerste Nederlandse mkb'ers in Irak en dan ook nog eens een vrouw. Dat maakt mij voor de ambassade een mooie casus. Ik ben een partner en kan hen helpen hun expertise te vergroten, zodat andere ondernemers ook profijt hebben van mijn ervaring."*

### **Sparren met het consulaat**

Meer dan vijf jaar later heeft Shapol nog steeds geregeld contact met het consulaat-generaal: "Het is een kleine post, dus ze hebben het druk. Maar elke keer dat ik met plannen en ideeën kom, proberen ze daar echt tijd voor te maken. Onlangs ging ik naar Bagdad. Ik vond dat spannend, want het was 33 jaar geleden dat ik daar voor het laatst was. Toen heb ik contact opgenomen met de Nederlandse Ambassade in Bagdad en vragen gesteld als: welk hotel moet ik nemen? Welke wijken zijn veilig om te reizen en geschikt voor het openen van een winkel?"

### **Mooie casus**

Shapol krijgt hulp van de ambassade, maar geeft daar ook iets voor terug: "Ik ben een van de eerste Nederlandse mkb'ers in Irak en dan ook nog eens een vrouw. Dat maakt mij voor de ambassade een mooie casus. Ik ben een partner en kan hen helpen hun expertise te vergroten, zodat andere ondernemers ook profijt hebben van mijn ervaring."

## Voorwoord

- 1 Campagne Groei over grenzen: bereiken van vrouwelijke ondernemers met internationale ambities.**
- 2 Nederlandse ondernemers breiden hun activiteiten uit naar Denemarken en IJsland.**
- 3 Matchmaking versterkt economische positie Egyptische vrouwen.**
- 4 Fabriek in Cambodja geeft goede voorbeeld voor arbeidsomstandigheden voor vrouwen.**
- 5 Vrouwelijk ondernemerschap in Irak.**
- 6 Ondersteuning jonge ondernemers in Afrika en het Midden-Oosten.**
- 7 Versterken van lokale koffieboeren in Kenia en Oeganda.**

## Colofon



### Meer werkgelegenheid creëren

Recent breidde Shapol haar onderneming uit met een naaiatelier in Suleimaniya. “De vrouwen die bij dit atelier werken, hebben door vele oorlogen hun eigen dorpen moeten ontvluchten. Veel van hen verloren hun man en moeten nu in hun eentje hun familie onderhouden. Het naaiatelier biedt hen opvang, een opleiding en een eerlijk salaris.

Het atelier creëert werkgelegenheid, maar draagt daarnaast bij aan de onderneming: “Het is niet duurzaam om van ver te importeren, dus ik laat de producten liever lokaal maken. De mensen hier zijn apetrots dat we nu een eigen Koerdische lingerielijn hebben.”

### Jaarlijks 100 vrouwen opleiden

“In 2019 zijn we met een pilotopleiding gestart, gefinancierd door het Nederlandse consulaat. Daarin leren Nederlandse trainers Koerdische vrouwen technische en ondernemingsvaardigheden. Ons doel voor 2020 is om de vrouwen in staat te stellen zelf trainer te worden. Uiteindelijk hopen we elk jaar minimaal 100 vrouwen op te leiden. Dat is waar wij met Khanem voor willen staan: vrijheid, veiligheid, zelfstandigheid en kwaliteit voor elke vrouw.”

Khanem Lingerie Fashion is een erkende Lingerie Styling Store waarin discrete luxe, eigentijdse elegantie en ultiem comfort samenkomen. Khanem Lingerie Fashion wordt uitsluitend gerund door een vrouwelijke staf, geleid door een 'by women for women' filosofie. Khanem gelooft dat alleen vrouwen weten wat vrouwen echt willen en voelen.



## Voorwoord

- 1 **Campagne Groei over grenzen: bereiken van vrouwelijke ondernemers met internationale ambities.**
- 2 **Nederlandse ondernemers breiden hun activiteiten uit naar Denemarken en IJsland.**
- 3 **Matchmaking versterkt economische positie Egyptische vrouwen.**
- 4 **Fabriek in Cambodja geeft goede voorbeeld voor arbeidsomstandigheden voor vrouwen.**
- 5 **Vrouwelijk ondernemerschap in Irak.**
- 6 **Ondersteuning jonge ondernemers in Afrika en het Midden-Oosten.**
- 7 **Versterken van lokale koffieboeren in Kenia en Oeganda.**

## Colofon

A woman with long brown hair and glasses, wearing a vibrant green and blue patterned shirt, is smiling on a balcony. The background shows a multi-story brick building with several windows and balconies. A blue text box is overlaid on the bottom left of the image.

# 6

## *Steeds meer succesvolle vrouwelijke ondernemers*

Leontien Timmermans is binnen het Orange Corners programma van RVO de kennisexpert op het gebied van vrouwelijk ondernemerschap. Daarnaast is ze programma-adviseur voor Soedan, Ivoorkust en Palestijnse Gebieden. Leontien: “Vrouwelijke ondernemers hebben een positief effect op de economie van een land. Daarom is het zo belangrijk dat zij dezelfde kansen krijgen als mannelijke ondernemers. Met het programma Orange Corners stimuleren we dat.”

### Voorwoord

- 1 *Campagne Groei over grenzen: bereiken van vrouwelijke ondernemers met internationale ambities.*
- 2 *Nederlandse ondernemers breiden hun activiteiten uit naar Denemarken en IJsland.*
- 3 *Matchmaking versterkt economische positie Egyptische vrouwen.*
- 4 *Fabriek in Cambodja geeft goede voorbeeld voor arbeidsomstandigheden voor vrouwen.*
- 5 *Vrouwelijk ondernemerschap in Irak.*
- 6 *Ondersteuning jonge ondernemers in Afrika en het Midden-Oosten.*
- 7 *Versterken van lokale koffieboeren in Kenia en Oeganda.*

### Colofon



Volgens onderzoeksbureau McKinsey zou het wereldwijde jaarlijkse bbp tegen 2025 met 26% groeien als vrouwen een identieke rol op de arbeidsmarkten zouden hebben als mannen. Niet voor niets staan Economic empowerment en verbetering van het economische klimaat voor vrouwen hoog op de agenda van Minister Kaag. Door te focussen op vrouwelijk ondernemerschap draagt Orange Corners hieraan bij.

### Verschillen per land

Leontien: “In grote delen van de wereld hebben vrouwen niet dezelfde kansen als mannelijke ondernemers. Dat heeft te maken met culturele verschillen maar ook met wet- en regelgeving. Daarom moeten we als Orange Corners heel specifiek te werk gaan, want wat in het ene land of gebied wel werkt hoeft in het andere niet te werken. In Nigeria wordt ondernemerschap bijvoorbeeld veel meer gezien als serieuze carrièreoptie om succesvol te worden, terwijl in Mozambique het gelijkstaat aan werkeloosheid. Ook wet- en regelgeving kan een rol spelen: in het ene land kan een vrouw redelijk eenvoudig een lening aanvragen, terwijl dat in het andere land alleen mogelijk is met toestemming van haar echtgenoot.”

### EmpowerHer

“Met het Orange Corners incubatieprogramma krijgen jonge startende ondernemers 6 maanden training, mentoring, masterclasses, toegang tot netwerken en financiering, om hun businessidee te laten uitgroeien tot een succesvolle startup.

In een aantal landen, waaronder Soedan en Marokko organiseren we het EmpowerHer programma om het aantal vrouwen in het programma te vergroten. Vrouwen hebben vaak te weinig zelfvertrouwen om te gaan ondernemen. Met dit maandelijkse programma stimuleren we vrouwen; we brengen ze in contact met rolmodellen en versterken hun kennis en vaardigheden.”

“De recruitmentfase is hierbij cruciaal”, vervolgt Leontien. “We merken dat veel vrouwen naar startup-events gaan, maar zich uiteindelijk niet aanmelden voor een incubatieprogramma. Daarom zetten we lokale rolmodellen in die langsgaan op universiteiten en voeren we gerichte social media-campagnes. Daarnaast betrekken we de familie van incubatees actief in onze programma's. In sommige landen is het belangrijk voor ouders om te weten waar hun dochters mee bezig zijn. Daarom nodigen we ze ook uit voor de openingsceremonie of afstudeerceremonie.”



## Voorwoord

- 1 *Campagne Groei over grenzen: bereiken van vrouwelijke ondernemers met internationale ambities.*
- 2 *Nederlandse ondernemers breiden hun activiteiten uit naar Denemarken en IJsland.*
- 3 *Matchmaking versterkt economische positie Egyptische vrouwen.*
- 4 *Fabriek in Cambodja geeft goede voorbeeld voor arbeidsomstandigheden voor vrouwen.*
- 5 *Vrouwelijk ondernemerschap in Irak.*
- 6 *Ondersteuning jonge ondernemers in Afrika en het Midden-Oosten.*
- 7 *Versterken van lokale koffieboeren in Kenia en Oeganda.*

## Colofon

## Kansen vergroten

“Om de slagingskans voor vrouwelijke ondernemers nog meer te vergroten, kunnen vrouwen zich anoniem inschrijven. Zo worden ze puur en alleen op hun businessidee beoordeeld. Bovendien bestaat de selectiecommissie waarvoor de ondernemer moet pitchen uit evenveel vrouwen als mannen.

*“Om succesvol te worden als ondernemer, is het van belang om ervaringen te kunnen uitwisselen met andere vrouwelijke ondernemers.”*

En dat is ook zo in de commissie Orange Corners Innovatie Fonds, waarbij ondernemers financiering kunnen krijgen. Verder zetten we meer in op personal development door mentoring en psychologische coaching. Tot slot staan we in de trainingen stil bij het thema gender en organiseren we masterclasses op dit thema.”

“Om succesvol te worden als ondernemer, is het van belang om ervaringen te kunnen uitwisselen met andere vrouwelijke ondernemers. In juni 2019 hebben we een inkomende missie georganiseerd voor vrouwelijke rolmodellen uit de MENA-regio om zo hun lokale netwerk uit te kunnen breiden. Maar we organiseren ook netwerkevenementen in de landen zelf, zoals Lionesses of Africa (Mozambique, Ivoorkust), om een platform te creëren voor vrouwelijke ondernemers. Op dit soort gelegenheden promoten we Orange Corners met behulp van de Nederlandse Ambassade.”

## Resultaten van Orange Corners

“Met Orange Corners willen we graag bereiken dat de helft van de aanmeldingen voor een programma vrouw is. Maar nog belangrijker is het dat we onze programma's zo inrichten dat er steeds meer succesvolle vrouwelijke ondernemers komen. Op dit moment is 43% van de Orange Corners ondernemers vrouw.

In een aantal landen waar we actief zijn, gaat het heel goed. Bijvoorbeeld in Soedan. Het EmpowerHer programma heeft hier zijn vruchten afgeworpen. De uitdagingen waar vrouwen voor staan zijn bespreekbaar gemaakt en ze zijn hierin heel goed ondersteund en begeleid. Het aantal aanmeldingen van vrouwen is maar liefst verdubbeld en het aantal vrouwen in het programma is gestegen van 20% naar 50%. Daar doen we het voor”, besluit Leontien.

*Orange Corners is een programma gericht op jonge ondernemers in Afrika en het Midden-Oosten. Zij kunnen gedurende 6 maanden training, mentoring, masterclasses, toegang tot netwerken en financiering krijgen, om hun businessidee te laten uitgroeien tot een succesvolle startup. Daartoe werkt Orange Corners samen met plaatselijke overheden, universiteiten, nationale en internationale bedrijven en andere organisaties. Door kennis van de lokale markt kan Orange Corners startende ondernemers optimaal ondersteunen en versterken.*

## Voorwoord

- 1 Campagne Groei over grenzen: bereiken van vrouwelijke ondernemers met internationale ambities.**
- 2 Nederlandse ondernemers breiden hun activiteiten uit naar Denemarken en IJsland.**
- 3 Matchmaking versterkt economische positie Egyptische vrouwen.**
- 4 Fabriek in Cambodja geeft goede voorbeeld voor arbeidsomstandigheden voor vrouwen.**
- 5 Vrouwelijk ondernemerschap in Irak.**
- 6 Ondersteuning jonge ondernemers in Afrika en het Midden-Oosten.**
- 7 Versterken van lokale koffieboeren in Kenia en Oeganda.**

## Colofon



# 7

## Steun voor de 'Black Coffee Community'

Black Coffee Community is een documentaire over hoe het leven van drie koffieboeren in Kenia en Uganda is veranderd dankzij het programma 4S@Scale.



### Voorwoord

- 1 *Campagne Groei over grenzen: bereiken van vrouwelijke ondernemers met internationale ambities.*
- 2 *Nederlandse ondernemers breiden hun activiteiten uit naar Denemarken en IJsland.*
- 3 *Matchmaking versterkt economische positie Egyptische vrouwen.*
- 4 *Fabriek in Cambodja geeft goede voorbeeld voor arbeidsomstandigheden voor vrouwen.*
- 5 *Vrouwelijk ondernemerschap in Irak.*
- 6 *Ondersteuning jonge ondernemers in Afrika en het Midden-Oosten.*
- 7 *Versterken van lokale koffieboeren in Kenia en Oeganda.*

### Colofon

### Inkomensdiversificatie

Via het programma Sustainable and Secure Smallholders Systems at Scale (4S@Scale) zijn huishoudens van koffieboeren ondersteund bij het diversifiëren van hun inkomen door middel van tuinbouw en het houden van melkvee. Het programma kende vier focusgebieden: genderinclusie, goede landbouwpraktijken, het gebruik van biovergistingstechnologie voor koken, verlichting en landbouw, en diversificatie met andere voedselgewassen.

### Zelfvoorzienende boeren

In deze korte documentaire horen we het verhaal van drie boeren die aan het 4S@Scale-programma hebben meegedaan. We volgen hen op hun boerderij en krijgen een inkijkje in hun dagelijkse leven. Door middel van een-op-eengesprekken schetsen we een beeld van een kleine gemeenschap van zelfvoorzienende boeren die verantwoordelijk is voor de bloeiende koffie-industrie in Oost-Afrika.

### Beter levensonderhoud

De koffiesector in Kenia en Uganda wordt gedomineerd door een patriarchale cultuur. Vrouwen en jongeren, die het grootste deel van het werk doen, krijgen maar een heel klein deel van de opbrengst om in hun levensonderhoud te voorzien. Uit de verhalen van de boeren in de documentaire komt naar voren hoe anders de landbouw voor vrouwen is dan voor mannen en hoe vrouwelijke boeren en hun gezinnen baat hebben gehad bij het programma.

*“De koffiesector in Kenia en Uganda wordt gedomineerd door een patriarchale cultuur.”*

### Gendertransformatieve aanpak

Een van de onderdelen van het 4S@Scale-programma was gendermainstreaming, waarvoor een gendertransformatieve aanpak is ontwikkeld. Binnen het programma is niet alleen cijfermatig naar gendergelijkheid gekeken, maar ook in termen van genderrelaties binnen huishoudens.

Het [4S@Scale-programma](#), uitgevoerd door Hivos Oost-Afrika, werd gesubsidieerd door het Nederlandse ministerie van Buitenlandse Zaken via financiering van de Faciliteit Duurzaam Ondernemen en Voedselzekerheid (FDOV). Het FDOV programma zet in op publiek-private samenwerking op het gebied van voedselzekerheid en private sector-ontwikkeling in ontwikkelingslanden. Sinds 2020 is FDOV geïntegreerd in de nieuwe [SDG Partnerschapsfaciliteit \(SDGP\)](#).

[Bekijk de video.](#)

## Voorwoord

- 1 **Campagne Groei over grenzen: bereiken van vrouwelijke ondernemers met internationale ambities.**
- 2 **Nederlandse ondernemers breiden hun activiteiten uit naar Denemarken en IJsland.**
- 3 **Matchmaking versterkt economische positie Egyptische vrouwen.**
- 4 **Fabriek in Cambodja geeft goede voorbeeld voor arbeidsomstandigheden voor vrouwen.**
- 5 **Vrouwelijk ondernemerschap in Irak.**
- 6 **Ondersteuning jonge ondernemers in Afrika en het Midden-Oosten.**
- 7 **Versterken van lokale koffieboeren in Kenia en Oeganda.**

## Colofon



## Colofon

Dit is een publicatie van:

### Rijksdienst voor Ondernemend Nederland

Prinses Beatrixlaan 2 | 2595 AL Den Haag

Postbus 93144 | 2509 AC Den Haag

T +31 (0) 88 042 42 42

E [klantcontact@rvo.nl](mailto:klantcontact@rvo.nl)

[www.rvo.nl](http://www.rvo.nl)

Deze publicatie is tot stand gekomen in opdracht van het ministerie van Buitenlandse Zaken.

Check onze RVO-website voor meer informatie over [gender](#) en [MVO](#).

© Rijksdienst voor Ondernemend Nederland | maart 2020

Publicatienummer: RVO-016-2020/BR-INT

De Rijksdienst voor Ondernemend Nederland (RVO) stimuleert duurzaam, agrarisch, innovatief en internationaal ondernemen. Met subsidies, het vinden van zakenpartners, kennis en het voldoen aan wet- en regelgeving. RVO werkt in opdracht van ministeries en de Europese Unie.

RVO is een onderdeel van het ministerie van Economische Zaken en Klimaat.