

# Om fisk, filantropi og nye løsninger på fattigdomsbekæmpelse

Af Tania Ellis, forfatter, foredragsholder og erhvervsinnovatør

Giv en mand en fisk og han er mæt en dag. Giv en mand en fiskestang, og han vil være mæt resten af hans dage. Dette er tankegangen bag det gradvise skift i måden at tænke fattigdomsbekæmpelse.

Da verdens otte mest magtfulde beslutningstagere fra hhv. Storbritannien, USA, Tyskland, Frankrig, Italien, Canada, Japan og Rusland mødtes ved deres årlige G8 topmøde i 2009, besluttede de at etablere en \$20 milliard fond til at understøtte verdens fattigste landes dyrkning og salg af egne afgrøder i stedet for at yde madstøtte til de sultende.

Den Internationale Bank for Genopbygning og Udvikling (IBRD) – også kendt som Verdensbanken – som udsteder lån til bekæmpelse af fattigdom, mener, at den bedste måde at adressere anliggender relateret til fattigdom er ved at støtte udviklingslandene i blandt andet at udvikle sundhedssystemer og styrke deres infrastruktur.

## Fra donation til forretning

Forretningsbaserede løsninger frem for filantropiske er også af udviklingseksperter og NGO'er ved at blive et anerkendt middel til at kickstarte økonomisk vækst og social fremgang. For mange af dem har mistet troen på effekten af konventionel ulandsbistand og klassiske udviklingsprogrammer. I stedet fremhæver de vigtigheden af at tage grundlæggende forretningsprincipper i brug til at understøtte lokal jobskabelse og iværksætteri.

Dette er årsagen til, at eksempelvis tidligere hjælpearbejdere Martin Fisher og Nick Moon startede deres non-profit virksomhed Kickstart i 1991. Virksomheden udvikler og sælger teknologier som fx MoneyMaker vandingspumper til fattige afrikanske bønder, der benytter pumperne til at etablere deres egne små profitable virksomheder. Selvom Fisher og Moon i starten blev betragtet som kættere i NGO-kredse, har makkerparret med deres forretningskoncept påvist, at mennesker investerer mere i et værktøj de skal købe,



## ANNONCE

Hvis du ønsker at annoncere i VISION, kontakt kkb@cevea.dk / 50508607

# Forskellen er til at få øje på!

- **Værdier** der holder
- En levedygtig **vision**
- Kompetent **rådgivning**
- Engageret **service**
- Den kooperative virksomhedsform er **et bæredygtigt alternativ** også i krisetider



# KOOPERATIONEN

DE KOOPERATIVE VIRKSOMHEDERS  
ARBEJDSGIVERORGANISATION

[www.kooperationen.dk](http://www.kooperationen.dk)

## Om fisk, filantropi og...

end i ét de bliver givet. Og tallene taler for sig selv. Siden Kickstarts etablering er mere end 89.000 nye virksomheder og 60.000 nye jobs blevet til, hvilket har løftet godt en halv million mennesker ud af fattigdom i Kenya, Tanzania og Mali. For hvert salg geninvesterer Kickstart sit overskud i udviklingen af endnu flere nye teknologier.

### Socialt entreprenørskab

Kickstart er blot ét af stadig flere eksempler på socialt entreprenørskab – iværksætterier hvor virksomheder sættes i verden for at understøtte et socialt formål. Igennem de sidste 5-10 år er der på verdensplan kommet en øget opmærksomhed omkring denne hybride måde at tænke økonomisk og social vækst. Og internationale organisationer som Schwab Foundation for Social Entrepreneurship i Schweiz, Skoll Centre for Social Entrepreneurship i Storbritannien og Ashoka i USA udgør i dag vigtige aktører i udbredelsen af kendskabet til dette iværksætterfelt.

**Forretningsbaserede løsninger frem for filantropiske er også af udviklingseksperter og NGO'er ved at blive et anerkendt middel til at kickstarte økonomisk vækst og social fremgang. For mange af dem har mistet troen på effekten af konventionel ulandsbistand og klassiske udviklingsprogrammer.**

### Tania Ellis

Sidste år foretog Global Entrepreneurship Monitor (GEM) for første gang en måling af omfanget af socialt entreprenørskab i 49 lande. Blandt andet viste undersøgelsen, at mange iværksættere i særligt udviklingslande ønsker at have profitable forretninger, som samtidig adresserer sociale formål. Andre undersøgelser har vist, at sociale entreprenører i udviklingslande har særligt fokus på at opfylde basale behov som sundhed, adgang til vand og sanitet samt landsbrugsrelaterede aktiviteter. Og mange af dem går ét skridt videre fra symptombehandling til at adressere de underliggende årsager til fattigdom.

Som grundlæggeren af Ashoka, Bill Drayton, formulerer det: "De er ikke tilfredse med blot at give fisk eller at lære andre at fiske. De stopper ikke, før de har revolutioneret hele fiskeindustrien". I Kadavers tilfælde (se caseboks) er mottoet: "Vi vil give en mand muligheden for at bygge og sælge fiskestænger – og hele lokalområdet vil mærke en positiv forskel."

### BOP business

I dag er fattigdomsbekæmpelse ikke kun et spørgsmål om filantropi og statsstøttede bistandsprogrammer. Det er også blevet et forretningsanliggende. Derfor udgiver Verdensbanken jævnlige Doing Business rapporter, og FN har etableret sit UN Global Compact ([www.unglobalcompact.org](http://www.unglobalcompact.org)) – verdens til dato største frivillige netværk for mere end 5000 virksomheder. Medlemmerne her forpligter sig til at arbejde i henhold til 10 ansvarlighedsprincipper, der understøtter FNs Millennium Development Goals ([www.un.org/millennium-goals](http://www.un.org/millennium-goals)) for fattigdomsbekæmpelse.

Den internationale organisation The World Business Council for Sustainable Development opfordrer også gennem sit Sustainable Livelihoods Programme sine virksomhedsmedlemmer til at arbejde med inkluderende forretningsløsninger, der adresserer fattigdom, sundhed, arbejdstagerrettigheder og lokal samfundsudvikling. Ikke fordi de skal føle sig moralsk forpligtede til dette, men fordi det i sidste ende er godt for bundlinjen.

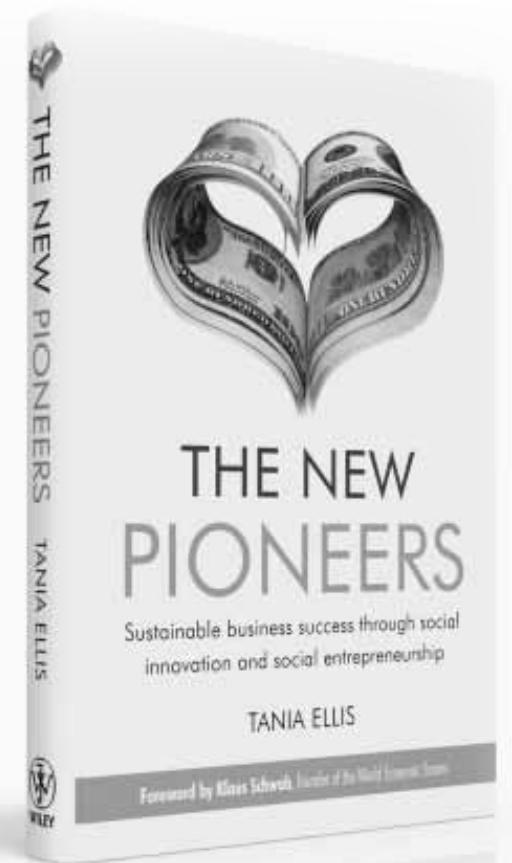
Forretningspotentialet i at adressere behovene blandt verdens fattigste mennesker er det, som er blevet konceptualiseret med begreber som bottom of the pyramid – et potentiale som en række multinationale virksomheder er begyndt at indfri for at få adgang til nye markeder og kundesegmenter.

Det danske mejeriselskab Fan Milk, som i mange år har opereret i Nigeria, Ghana, Togo og Elfenbenskysten, har eksempelvis i samarbejde med Industrialiseringsfonden for Udviklingslandene (IFU) udviklet salgs- og distributionselskaber i Benin, Burkina Faso og Liberia. I dag har virksomheden en kundebase på mere end 210 millioner mennesker, og beskæftiger mere end 1.300 ansatte og mere end 20.000 selvstændige sælgere, der lever af at distribuere Fan Milks produkter på gadeplan.

Også pumpeproducenten Grundfos har fået øjnene op for mulighederne for at få et kommercielt gennembrud i udviklingslandene gennem sin inkluderende forretningsmodel Grundfos LIFELINK, der leverer rent drikkevand til overkommelige priser i Kenya. Andre ser udviklingslandene som deciderede testmarkeder for innovative produkter, som senere kan afsættes til resten af verden – det som den anerkendte ophavsmand til bottom of the pyramid konceptet, professor C.K. Prahalad, har kaldt for trickle-up innovation. For eksempel sælger én af verdens største teknologi og servicekoncerner, General Electric, i dag små, bærbare computer-baserede ultralydmaskiner i USA, selvom disse maskiner oprindeligt blev udviklet til landområderne i Indien og Kina.

### Nye logikker for vækst og fremgang

Fremover kommer vi til at se flere eksempler på, hvordan det er muligt at skabe økonomisk vækst og social fremgang i udviklingslande på samme tid. Ligesom vi i den forbindelse vil se, hvordan gamle logikker bliver erstattet med nye, hvor de fattige betragtes som rige på ressourcer og viden og bliver betragtet som potentielle iværksættere, medarbejdere eller kunder frem for som ofre eller passive bistandsmodtagere. Dette er én af de nye veje ud af fattigdom og én af de nye måder at tænke business på – og det giver begrebet udviklingslande en helt ny mening.



**Tania Ellis** er forfatter, foredragsholder og erhvervsinnovatør med speciale i sociale business tendenser, [www.taniaellis.com](http://www.taniaellis.com). Læs mere om tendenserne i hendes nye internationale bog *The New Pioneers* (Wiley, 2010) samt på hendes blog på [www.thenewpioneers.biz](http://www.thenewpioneers.biz).

# Tasker af brugte cykelslanger redder liv

Ved at importere og sælge tasker, der er lavet af lokale affaldsprodukter i Sierra Leone, er firmaet Kadaver med til at sponsorere et lokalt hospital. Partner Carl Johannes Borris fortæller i denne artikel om projektet.

Af Carl Johannes Borris, partner i Kadaver

Kadaver startede 1. august 2009 med missionen om at skabe positiv forandring i den, for nogen, ublu reklame- og kampagnebranche. Visionen er at vise, hvordan man kan gavne samfundet og tjene penge på samme tid.

Et af de projekter, der har tegnet denne intention helt fra starten, er Bangura Bags, som kort fortalt er et projekt, der har til formål både at donere, skabe vækst og sikre en bæredygtig forretningskæde på samme tid.

**Ved salg af en taske i Danmark går halvdelen af avancen til Kadaver og den anden halvdel til Masanga.**

**Carl Johannes Borris**

Bangura Bags bliver produceret ved Masanga Hospital i Sierra Leone. Hospitalet er startet af den danske læge Peter Bo Jørgensen, der har drevet hospitalet på frivillig basis siden 2005. I skrivende stund behandler hospitalet 25.000 patienter om året, og tallet er stødt stigende. Ud fra ønsket om at sikre en bæredygtig fremtid for hospitalet samt øge muligheden for, at lokalbefolkningen kan skabe sig en lys tilværelse, er projektet Bangura Bags blevet iværksat.

Bangura Bags er en computertaske, et "sleeve", der er produceret af brugte cykelslanger indsamlet i lokalområdet. Taskerne bliver produceret på hospitalets område i et lille skrædderi, drevet af frivillige med lokale som ansatte skræddere.

Taskerne sælges til Kadaver der varetager import, salg og markedsføring i Danmark. Ved købet af en taske dækkes alle produktionsomkostninger. Kadaver dækker import-



omkostningerne, der bliver lagt oveni salgsprisen plus den ønskede avance. Ved salg af en taske i Danmark går halvdelen af avancen til Kadaver og den anden halvdel til Masanga. Dette er en 360 graders forretningskæde, der har til formål at støtte Masanga Hospital.

I dette projekt er det intentionen at opretholde forretningskæden og understøtte muligheden for salg af andre produkter i Danmark. Der ydes ingen ekstra støtte til skrædderiet, der som alle andre på markedet er underlagt samme vilkår for køb og salg. Det fordrer, at alle parter udfører deres opgaver til en standard, der kan sikre en fælles bæredygtig fremtid. Konstrueret gensidig afhængighed.

Det er Kadavers holdning, at den gensidige afhængighed er vital for projektet. Vi tror på, at udvikling skabes ved gensidig afhængighed med udgangspunkt i det enkelte individ i lokalområdet, der i dette tilfælde som skrædder bidrager til mere end sig selv og sin familie ved, at hver taske giver donationer til hospitalet, så flere



borgere i Sierra Leone kan modtage behandling.

I Kadaver bliver alle aspekter dog kontinuerligt diskuteret på baggrund af etiske overvejelser om fordeling af pengene, vores forhold til traditions- og kulturforskelle og dermed, hvad der er rigtigt og forkert indenfor udvikling generelt.

Konklusionen bliver nok aldrig entydigt formuleret, men vi kan altid henholde os til, at vi kan se en udvikling, og vi kan se, at det virker. Det er det vigtigste for os.

[www.kadaver.dk](http://www.kadaver.dk)