



**duurzaamplus.nl**

zelfstandig, onafhankelijk en ter zake

## Fawaka brengt diversiteit en duurzaamheid in nieuwe economie

Door Désirée Crommelin, 18/03/2017



### FAWAKA BRENGT DIVERSITEIT EN DUURZAAMHEID IN NIEUWE

ECONOMIE. “Met Fawaka Nederland willen wij het kleine witte wereldje van duurzaamheid openen voor alle Nederlanders en zo ons land als echt duurzaam op de kaart zetten in ecologisch, sociaal en economisch opzicht!” licht Maaïke Gerritsen, strategisch consultant bij Fawaka hun doelstelling toe.

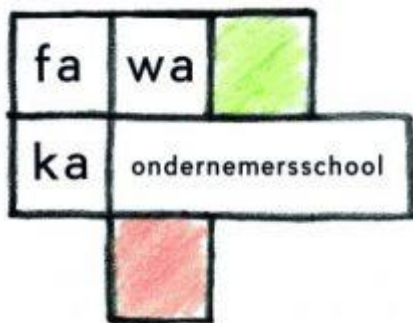
### *Fawaka Nederland*

Fawaka is een Surinaamse groet en betekent ‘*Hoi, hoe gaat het?*’ Oprichter Thiëmo Heilbron, Nederlander met een Surinaamse achtergrond, geboren en getogen in Amsterdam en vorig jaar nummer 95 op de Trouw 100, koos deze naam omdat de groet ‘*Fawaka*’ zo veelzeggend is. Het is een groet voor iedereen, echt straattaal om zo duurzaamheid wat te ontdoen van het suffe karakter. Wat Heilbron namelijk een paar jaar geleden opviel – zo beschrijft zijn businesspartner Maaïke Gerritsen de oorsprong van Fawaka Nederland – was dat het wereldje van duurzaamheid zo wit was

en zo van ons-kent-ons. Je hoefde de Trouw 100 er maar op na te slaan. Dit terwijl hij in zijn wereld in hetzelfde land, zo veel mensen zag die al heel gedreven en met succes bezig waren met duurzaam ondernemen. “Als we de transitie naar een duurzaam Nederland willen maken, moet dat zich niet binnen een kleine besloten groep afspelen, maar breed maatschappelijk gedragen worden.” Om die reden besloot hij met de verhalen en ervaringen van deze ondernemers een platform te bouwen en hen als rolmodel voor het voetlicht brengen. Fawaka Nederland *Hoi, hoe gaat het Nederland?* was geboren, de site voor en van jonge ondernemers vol verhalen en ervaringen over de weg naar succes van kleinschalige ondernemingen en van een maatschappelijke positie als arts, docent of advocaat.

## *Nieuwe economie*

Nu na twee jaar pionieren is het tijd om de Fawaka Nederland te professionaliseren en in de markt te zetten. “Naast het platform Fawaka Nederland is er de Fawaka Ondernemersschool en bouwen we aan de derde poot Fawaka Innovators” legt Gerritsen de toekomstplannen van Fawaka Nederland uit. Zelf, Nederlandse met een Filipijns-Nederlandse achtergrond en geboren en getogen in ons land, werkte ze jarenlang in business development bij Philips. Zij leerde wereldwijd vanuit alle hoeken en gaten deze corporate kennen en bouwde ruime ervaring op om nieuwe producten in de markt te zetten. “Na zeven jaar kapte ik ermee. Het werken bij zo’n grote corporate gaf me geen voldoening meer.” Ze ging op zoek naar een nieuwe uitdaging, waarin duurzaamheid centraal moest staan. “Met mijn ervaring in marktdenken wilde ik aan een duurzame samenleving bijdragen. Het werd Fawaka Nederland, waar Thiëmo Heilbron als directeur de visie en inhoud inbrengt om de transitie te maken naar een duurzaam en inclusief Nederland en ik als strategisch consultant de business processen, structuur en efficiëntie in. Zo vullen we elkaar goed aan.”



## *Sociale onderneming*

De site Fawaka Nederland dient om kinderen en jongeren van alle etnische achtergronden en opleidingsniveaus te inspireren tot bewust handelen en hen te betrekken bij de maatschappelijke én groene uitdagingen van deze tijd. “Maar het gaat ons om meer. Het gaat om de praktijk, het gewoon Doen met kinderen. Daarvoor hebben we voor kinderen van 9-12 jaar de [Fawaka Ondernemersschool](#) opgericht, de tweede poot van Fawaka Nederland. Kinderen kunnen hier tijdens de vakantie of in

een naschools-programma zelf leren duurzaam te ondernemen. In teams van drie leren ze er een duurzame onderneming op zetten. Zij hebben de keuze tussen een choco- of mode-onderneming. Afhankelijk van welke product zij kiezen, krijgen zij de eerste les een beeld van de keten: van de plant als grondstof, de oogst tot en met de winkel waar zij het kopen. Aan het slot van deze les mogen ze de diverse schakels van de keten waarderen door er zakjes met nep-geld neer te zetten. Meestal gaat de grootste zak met geld naar de boeren, die volgens hun oordeel het meeste geld behoren te verdienen voor hun werk. “Het is voor hen een enorme ontgoocheling als ze dan te horen krijgen, dat de boeren juist het minst van alle schakels betaald krijgen in die onduurzame cacao- of textielketen.”

## *Eerlijke prijs*

Bij de keuze als Cocho Ondernemer of Mode Ondernemer een bedrijfje op te zetten, blijkt de choco-onderneming het meest favoriet. Voordat ze aan het programma aan de Fawaka Ondernemersschool beginnen, wordt met de aspirant-ondernemers een proef gedaan: zij krijgen de keuze van drie repen/kledingstukken voor één euro of één reep/kledingstuk voor één euro. Hoe fictief de prijs ook is, de keuze is aan de kinderen. “Vervolgens leggen we hen bijvoorbeeld tijdens het Choco-programma het prijsverschil uit tussen een fairtrade reep en een gewone reep. We laten hen de consequenties zien van een eerlijke prijs en dat dan ook kinderen van de cacao-boeren naar school kunnen en met hun vriendjes kunnen spelen.”

## *Duurzame chocolade en mode*

In ons programma’s verzinnen de kinderen een naam voor hun product en ontwerpen samen met een grafisch ontwerper een wikkel voor de reep of een label voor het kledingstuk. Vervolgens stellen zij een businessplan op, waarmee zij pitchen bij een bankier om benodigde bedrijfskapitaal te verkrijgen. Lachend vertelt Maaïke Gerritsen, dat zij strak in het pak in haar rol als bankier bij wie kleine ondernemers hun pitch moesten doen, veel indruk maakte. “Je wordt ter plekke voor deze ondernemers in spé een rolmodel. Maar vergeet niet, ik leer ook veel van hun!” Tenslotte gaan de ondernemertjes op de Heerlijke, eerlijke chocolademarkt of (Kl)eerlijke Modemarkt hun producten verkopen.

Het Choco Ondernemers programma wordt gesponsord door [Tony’s Chocolonely](#) en de ontwikkeling van het Mode Ondernemers programma door [ASN Bank](#). Verder zijn we samenwerkingsverbanden aan het opzetten met de openbare bibliotheek Amsterdam (OBA) en Chocolonely Foundation.

## *Diversiteit*

Net als duurzaamheid wordt het begrip diversiteit te pas en te onpas gebruikt, zeker in deze tijd van verkiezingen en straks de kabinetsformatie. “Ik zou willen stemmen op een politieke partij die staat voor een samenleving gebouwd op ecologische, sociale en economische duurzaamheid en die daarvoor het onderwijs inclusiever maakt en moderniseert.” Maaïke Gerritsen bepleit daarom meer ruimte in het onderwijs van wat

zij noemt *soft skills*: het leren hoe ga je met elkaar om en hoe geef je elkaar feedback. “Als je elkaar beter begrijpt, hoef je je niet alles persoonlijk aan te trekken. Vier het verschil!” Volgens Gerritsen heeft diversiteit meerdere kanten en gaat het niet alleen om het openen van het witte wereldje van duurzaamheid om daar meer verscheidenheid in kleur en afkomst te brengen. “Het gaat misschien wel meer om de markt voor diversiteit en duurzaamheid open te breken”.

## *Fawaka Innovators*

Daarom is Fawaka Nederland het adviesbureau Fawaka Innovators begonnen. Het bureau doet onderzoek en geeft advies over interne en externe diversiteit binnen de wereld van duurzaamheid. Enerzijds met workshops om binnen bedrijven en instellingen meer ruimte te geven aan diversiteit, dus het diversifiëren van het personeelsbestand en dat te accepteren en te integreren. Dat is voor veel betrokkenen confronterend. Anderzijds gaat het om externe diversiteit, dus op de markt waar wit nog te veel de norm is en de focus ligt op de ‘groene consument’, hoogopgeleid en met een goed inkomen. Maar op de markt werkt die witte standaardbenadering niet meer, daar is de samenleving te divers voor. “Etniciteit is niet langer een begrensde voorspelbare groep; de sociaaleconomische lagen die we in Nederland hebben, gaan er als een matrix overheen. Dit vraagt in de marketing een op maat benadering van die doelgroepen, waarin je rekening houdt met woordgebruik, sociale samenhang, rolmodellen etc. binnen de diverse gemeenschappen. Doelgroepen zijn niet statisch, maar zijn voortdurend aan veranderingen onderhevig. “Als strategisch consultant zie ik enorme marktsegmenten braak liggen. Om te beginnen van mensen in ons land die nog onbekend zijn met het begrip duurzaamheid of van mensen die nog steeds denken dat duurzaamheid voor duur staat. Naar het waarom, wat, waar en hoe dit open te breken, doen we onderzoek.”

## *Sociale onderneming*

Fawaka Ondernemersschool BV is een sociale onderneming. Op de vraag of het bedrijf subsidie krijgt, antwoordt Gerritsen resoluut: “We houden niet van subsidie, te veel werk, gedoe en administratie. We gebruiken onze tijd en geld liever om ons concept te ontwikkelen en zo duurzaam te investeren in de toekomst van ons land.” Fawaka Ondernemersschool, ook een sociale onderneming is druk bezig met het ontwikkelen van nieuwe programma’s voor kinderen op het gebied van afvalverwerking en robotica en met een specifiek programma gericht op het mbo. Ook wilt het deze nieuwe en de bestaande programma’s -Choco en Mode Ondernemers voor volwassenen gaan aanbieden aan bedrijven of particulieren. “We willen verbreden in doelgroepen en inkomsten.” Op dit moment werken bij Fawaka Nederland drie betaalde krachten en drie vrijwilligers die de website en sociale media verzorgen. De PABO-studenten die de lessen op Ondernemersschool verzorgen krijgen een vergoeding per les. De professionals die workshops voor de kinderen geven zijn freelancers. Inkomsten verkrijgt Fawaka Ondernemersschool onder andere uit de betalingen door opdrachtgevers: scholen en welzijnsorganisaties. “De winst, als je daar al van kan spreken, gaat terug in het bedrijf. De doelstelling van de Fawaka

Ondernemersschool is dat onze programma's toegankelijk zijn voor álle kinderen. Daarom investeren we in programma's voor kinderen die normaal buiten de boot zouden vallen. Dat bedoel ik met investeren in de toekomst van Nederland."



[Fawaka Nederland](#)

Désirée Crommelin  
© duurzaamplus.nl

foto© Maaïke Gerritsen