

Alexander Kohnstamm neemt na vier jaar afscheid als directeur van branchevereniging Partos. Vice Versa kijkt met hem terug op zijn tijd als het gezicht van de Nederlandse ontwikkelingssector. Wat wenst hij zijn opvolger toe? 'Meer trots. Ik zie graag een sector waar mensen trots durven te zijn op hun innovatie en hun successen.'

tekst Sarah Haaij en Marc Broere

# 'Wees vooral niet cynisch'

**N**og voordat hij goed en wel heeft plaatsgenomen in het Amsterdamse café waar we hebben afgesproken voor het interview, is Alexander Kohnstamm al begonnen aan zijn pleidooi voor een trotse sector. Het optimisme is typerend voor de man die de afgelopen vier jaar aan het hoofd stond van de branchevereniging voor Internationale Samenwerking. Kohnstamm spreekt met passie over de onderwerpen die in de sector spelen en is vol vertrouwen over de potentie om samen te werken en te innoveren. Hij toont zich diplomatiek door in de sector breed gedragen standpunten te benoemen. Die houding heeft hem wel eens het commentaar opgeleverd dat hij zelf te weinig uitgesproken standpunten inneemt. Kohnstamm zit daar niet mee: 'De afgelopen vier jaar was mijn belangrijkste doelstelling het verbinden van de leden, met elkaar en met alle andere actoren in de samenleving.'

## Waar bent u trots op, terugkijkend op de afgelopen vier jaar?

'Allereerst dat we gezamenlijk tot een duidelijke basisvisie voor ontwikkelingsorganisaties zijn gekomen en tot één bindende gedragscode met de waarden die we allen delen. Daarnaast zijn we aan de slag gegaan met verschillende platforms waarop de leden met elkaar in dialoog kunnen. Ook cross-sectorale samenwerking is daarbij van belang; dus niet alleen van elkaar leren binnen de sector, maar ook in gesprek gaan met partijen van buiten. Een mooi voorbeeld daarvan is de bedrijvenportal die ondernemers en ontwikkelingsorganisaties bij elkaar brengt.'

U was directeur in een periode dat er

## enorm bezuinigd is en het draagvlak voor ontwikkelingssamenwerking verder afkalft. Waarom is dat volgens u gebeurd?

'Volgens mij is er niet zo enorm veel minder draagvlak voor ontwikkelingssamenwerking. Het is wel zeker zo dat het draagvlak voor de overheidsrol in ontwikkelingssamenwerking kleiner is geworden. Mensen zijn sceptisch over de rol van de overheid en over de rol van instituties in het algemeen. Desondanks vindt 70 procent van de Nederlanders ontwikkelingssamenwerking nog steeds ook een taak van de overheid. Wat veranderd is, is dat de sceptici tegenwoordig net zo goed grachtengordelbewoners kunnen zijn als de Fortuyn-stemmers van weleer!'

Het beeld dat is ontstaan van een met strandconferenties, hotels met zwembaden en reizen eerste klas verweerde sector komt volgens Kohnstamm echter vooral door de grote multinationale instellingen. 'Wij, de ngo's, worden als de Kop van jut vereenzelvd met de hele ontwikkelingssamenwerking, terwijl mensen niet weten dat van de 4 miljard aan ontwikkelingsbudget slechts een relatief klein deel direct naar ngo's gaat. Dat komt ngo's het meest zichtbaar zijn en dicht bij het publiek staan.'

Op de vraag of hij zelf ook hinder heeft ervaren van de heersende publieke opinie, knikt Kohnstamm instemmend. 'Jammer genoeg wel. Met alleen maar zuur en cynisch commentaar haal je het bevolgde, de ziel, uit de sector. Dat cynisme zie je geregeld voorbijkomen en wordt nog algemeen geaccepteerd ook. Wanneer je in het zuiden van het land een sigarenfabriek opent en een miljoen verdient met een product dat ook nog eens slecht is voor de gezondheid, ben je

een held en een voorbeeld voor ondernemend Nederland. Als je probeert om de wereld te verbeteren en je verdient daarmee een ton per jaar, ben je een zakkenvuller. Het meest storende is dat degene die dat zegt zelf helemaal niets voor Afrika hoeft te doen of enige kennis van zaken hoeft te hebben. Als het negatief is krijgt het media-aandacht en daarmee legitimiteit.'

## U bent altijd heel diplomatiek geweest en wordt gezien als een bruggenbouwer. Had de sector in deze periode niet juist een straatvechter nodig?

'Straatvechters hebben we genoeg in de sector. Toen ik vier jaar geleden begon, bestond Partos vijf jaar en hadden we honderd leden. Nu zijn dat er 120 en we hebben een heel divers ledenbestand. Ik treed op namens deze groep en dan is het niet wenselijk om op ieder thema fel van leer te trekken. Er zijn gelukkig voldoende straatvechters in onze achterban die juist op die deelterreinen veel bereikt hebben, zoals heel recent op het gebied van Tax Justice.'

In Partos' basisvisie "Toekomst en Ontwikkeling" zijn twee kerntaken voor Nederlandse ontwikkelingsorganisaties geformuleerd. In de eerste plaats het lokaal en mondiaal versterken van maatschappelijke organisaties. En daarnaast het betrekken van andere actoren (overheden, bedrijven, kennisorganisaties, burgers) bij mondiale ontwikkeling. Kohnstamm signaleert met enige tevredenheid in het huidige politieke beleid een herappreciatie van de rol van het maatschappelijk middenveld. 'Minister Ploumen erkent dat het maatschappelijk middenveld in steeds meer landen onder vuur ligt en dat het



belangrijk is om daar versterking te bieden', zegt hij. Om na een korte pauze te vervolgen: 'Natuurlijk vind ik de bezuinigingen afschuwelijk. Maar uiteindelijk heb ik liever een minister die met minder geld komt maar investeert in de erkenning van de waarde van deze sector, dan een minister die niet bezuinigt maar het maatschappelijk middenveld als *hulpindustrie* wegzet.'

Kohnstamm heeft zich de afgelopen jaren bij Partos sterk gemaakt voor heldere en representatieve boodschappen. Organisaties moeten duidelijk laten zien voor wie ze zich inzetten: mensen die in de knel zitten. Versterking van het maatschappelijk middenveld, capaciteitsopbouw en *advocacy*, zijn echter niet de meest gemakkelijke thema's om aan je publiek en donoren uit te leggen.

### Hoe laten organisaties hun boodschap het beste overkomen?

'Het is lastig om acties te vertalen naar een campagne die zegt: voor 5 euro per maand heb je het volgende resultaat. Het belangrijkste is dat je laat zien voor welke mensen je het doet en dat hoeft absoluut niet te simplificeren, maar ook niet onnodig ingewikkeld te maken. We krijgen als sector weleens de kritiek dat we het beeld van Afrika negatief beïnvloeden, maar dan vraag ik me af: zijn wij als sector verantwoordelijk voor het volledige beeld van Afrika? Wij zijn niet het Afrikaans Bureau voor Toerisme of zo! Nee. Laat Mercedes maar een spotje maken over de groeiende middenklasse van Ethiopië als ze dat willen. Wij richten ons niet op die middenklasse maar op de mensen die in die opkomende economieën juist niet profiteren van economische groei. Dat is eenzijdig ja, maar het is wel een helder pleidooi.'

Naast een helder pleidooi ziet Kohnstamm ook graag minder zelftwijfel. 'We doen zo ontzettend veel goed. Natuurlijk moet je het debat over wat er beter kan altijd levend houden. Met de methode van *trial and error* boek je uiteindelijk vooruitgang. Bij een bedrijf als Philips eindigt zeker 90 procent van de research in mislukking, maar dat gebeurt wel allemaal achter de schermen. Wij stellen ons als sector gedurende dit proces open, en dat moet ook, maar het maakt wel kwetsbaar. Daarom is het erg belangrijk om juist ook je successen te laten zien.'

### Hoe vind je als organisatie in tijden van forse bezuinigingen nog ruimte voor experimenteren en innoveren?

'Minder geld blijft een uitdaging. Innovatie in de zin van werknemers die speciaal daarvoor zijn aangenomen – ja, dat gaat opnieuw minder worden. Maar niet alle innovatie kost geld: je kunt ook in een verzamelgebouw gaan zitten met hele andere organisaties, ook met bedrijven, en dan op die manier innovatie stimuleren. Juist als inkomsten substantieel dalen zal je meer geza-

menlijk moeten doen. Ga nou samen in een gebouw zitten, deel de receptie. Simpele dingen. Wij hebben als branchevereniging een gezamenlijk inkoopstelsel ingebracht, waar een boel geld mee wordt bespaard. Van dat soort oplossingen wordt nog veel te weinig gebruikgemaakt. Je kunt van alles samen inkopen: stoelen, pc's, bureaus, reisverzekeringen, telefoonkosten. Je zult zien dat je betere kwaliteit krijgt voor een betere prijs en dat allemaal afgestemd op de wensen van de sector.'

### U wordt nu directeur externe betrekkingen bij PharmAccess. Waarom de keuze voor die organisatie?

'Mijn persoonlijke motivatie is om een bijdrage te leveren aan een duurzame, vrije wereld zonder armoede en onrecht. Ik denk dat ik daar de afgelopen vier jaar bij Partos een beetje aan heb kunnen bijdragen en dat straks bij PharmAccess ook kan doen. Ik vind het leuk om de verbinding op te zoeken met het bedrijfsleven en de overheid. Daarnaast spreekt de allround benadering van de organisatie me aan; het gaat om toegang tot medicijnen maar ook om gezondheidsverzekeringen, het innoveren van klinieken en het verbeteren van gezondheidszorgstandaarden. Dat holistische past bij mij.'

### Een klacht vanuit de sector is dat er bij PharmAccess weinig openheid is over de manier waarop de organisatie haar geld uitgeeft.

'Dat is nieuw voor mij. Tenzij er hele goede redenen zijn om het niet te doen, moet je altijd open zijn. Ik heb me altijd ingezet voor openheid.'

open data, open OS, noem maar op. De resultatenrapportage is het eerste geweest waar ik bij Partos mijn tanden in heb gezet. Dus openheid zit straks zeker in mijn portefeuille. Om te beginnen heb ik de eerste mensen van PharmAccess al uitgenodigd om naar de open-data-bijeenkomst van Partos te komen.'

### Welke eigenschappen moet uw opvolger hebben?

'Het bij elkaar brengen van de leden blijft het kerndoel van de brancheorganisatie. Dat kost focus, tijd en inzet.' Dan peinzend: 'Hmm, zou het dan nu misschien tijd zijn om een straatvechter aan het hoofd te hebben? Ik denk wel dat het belangrijk is om met kennis van zaken en zelfbewust de sector te vertegenwoordigen. Misschien is het wel goed als je naast het leggen van verbindingen met andere actoren ook nog sterker de specifieke meerwaarde van het maatschappelijk middenveld benadrukt.'

Toen ik terugkeek in het archief naar mijn media-uitingen was ik enorm verbaasd over hoeveel het er eigenlijk waren. Misschien ben ik geen media-man, maar ik ben wel degelijk zichtbaar geweest. Dus moet je nu een straatvechter zijn om je meer te profileren? Nee, dat is niet nodig. Maar je moet wel zelfbewust zijn, positief en trots, in alle kwetsbaarheid van het vak. Ook in Nederland snappen mensen dat projecten kunnen mislukken, denk maar aan de Fyra. Maar straal dan ook uit dat je blij bent als het goed gaat, en wees vooral niet cynisch! ■



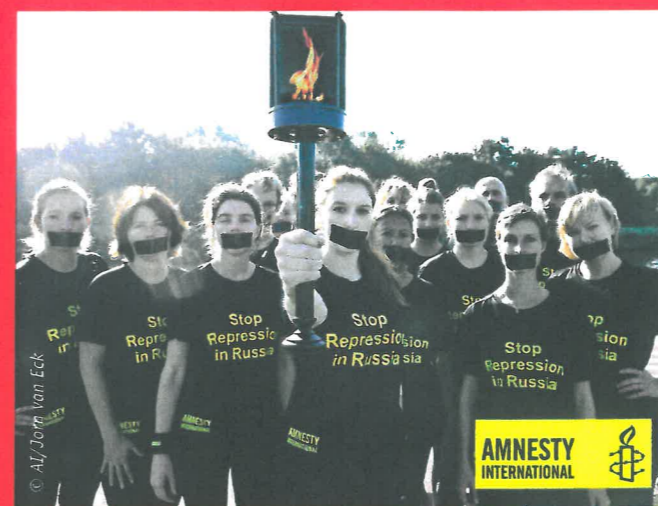
© Leonard Fäustle

**Naam:** Alexander Kohnstamm  
**Geboortedatum:** 14 februari 1970  
**Geboorteland:** Nederland  
**Huidige woonplaats:** Amstelveen  
**Huidige functie:** vanaf november directeur externe betrekkingen bij PharmAccess  
**Opleiding:** Universiteit Leiden (doctoraal Japanse taal en cultuur), met academische uitstapjes aan de Universiteit van Oregon, Erasmus Universiteit Rotterdam en de Universiteit van Tokyo  
**Werkervaring:** na marketingfuncties bij verschillende Japanse en Nederlandse bedrijven en organisaties maakte Alexander Kohnstamm in 2004 de overstap naar de ontwikkelingsbranche. Hij zette samen met Marc Dullaert (tegenwoordig Kinderombudsman) de Stichting KidsRights en de Kindervredesprijs op. Van 2009 tot oktober 2013 was hij directeur van branchevereniging Partos.

PASPOORT

# SAZZA

PROPAGANDA BUREAU VOOR  
MAATSCHAPPELIJKE ORGANISATIES

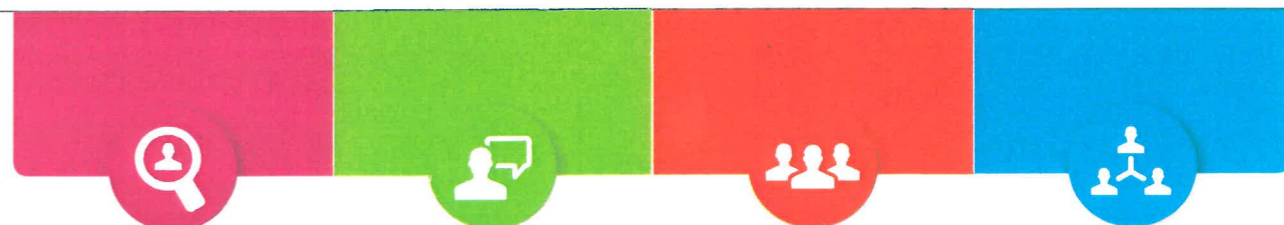


STOP DE ONDERDRUKKING IN RUSLAND

### Wij bedanken onze opdrachtgevers voor de prachtige opdrachten:

Amnesty International / Coolpolitics / GNP+ / Hivos / Human Rights Watch / IKV Pax Christi / Jantje Beton Lokaalmondiaal / Movies that Matter / NCDO / Sesamstraat / Simavi / Stella Theater / Stichting Samen Sterk tegen Stigma / UAF / PEN Nederland / VCL Scholengemeenschap / Verver Export / WO=MEN

WWW.SAZZA.NL



#### WRITING WINNING PROPOSALS

16 - 19 dec

Wat zijn de wensen van de donor? Blijkt uit je voorstel wat de kracht is van jouw organisatie? Voldoet je voorstel aan alle criteria? Ga met deze en je eigen vragen aan de slag in de cursus 'Writing Winning proposals' en schrijf dat winnende voorstel!

[www.mdf.nl/course/pw-nl](http://www.mdf.nl/course/pw-nl)

#### GROUP FACILITATION

9 - 13 dec

Hoe faciliteer je een groep mensen die verschillende belangen hebben maar samen tot een oplossing moeten komen? En hoe faciliteer je grote bijeenkomsten op een manier die iedereen zich gaat herinneren? Dat én meer leer je in deze uitdagende cursus.

[www.mdf.nl/course/fac-nl](http://www.mdf.nl/course/fac-nl)

#### KNOWLEDGE MANAGEMENT FOR DEVELOPMENT

16 - 19 dec

Voert jouw organisatie een groot programma uit waaruit lessen kunnen worden getrokken? Hoe kun je dergelijke lessen op systematische wijze bijbrengen, vastleggen en terugkoppelen in organisaties en met betrokken partners? Schrijf je in en concretiseer je leeragenda!

[www.mdf.nl/course/kmd-nl](http://www.mdf.nl/course/kmd-nl)

#### ACTIVE NETWORK MANAGEMENT

25 - 29 nov

Ieder netwerk kent zijn eigen dynamiek. Hoe herken je deze dynamiek en kun je het 'managen'? En hoe meet je eigenlijk de behaalde resultaten? Dat en meer leer je in de netwerk cursus.

[www.mdf.nl/course/anm-da-nl](http://www.mdf.nl/course/anm-da-nl)



Dit jaar nog profiteren van 10% korting?

Ga snel naar [www.mdf.nl/veversakorting2013](http://www.mdf.nl/veversakorting2013)

