

transcript

Noud: We moeten op de kosten letten en tegelijkertijd wil je inderdaad gewoon een eerlijke premie betalen en alles duurzaam doen. Maar ja, wij, wij doen nooit concessies aan onze missie, hé, dus de missie gaat altijd voor.

Ruben: Welkom bij Money Matters, een podcast over geld en impact, waarin Social Finance NL je meeneemt door het landschap van impact investeren en je bijpraat over de impact economie.

Ruben: Stop de persen! Fairphone haalt maar liefst 49 miljoen euro op. De eerste en enige producent van circulaire en eerlijke telefoons gaat in zee met investeerders Invest NL en het ABN AMRO sustainable impact fund. Ook doen de bestaande investeerders Quadia, Dalhap en NL doen participaties een duitje in het zakje, en de investeerders Pim, IMG en Oneplanetcrowd die stappen d'ruit. Wordt Fairphone een serieuze uitdager voor Samsung, Apple en Huawei, oftewel wat gaat Fairphone doen met 49 miljoen? Dit alles bespreek met enCFO managing-director Noud Tillemans. Noud welkom in de podcast. Ja.

Noud: Dank je wel, Ruben goeie intro, ja, ja een correctie als ik mag, want anders dan krijg ik een paar crowdfunders in m'n nek. Niet alle crowdfunders gaan er per se uit. Dat mogen ze zelf kiezen. Dus zij, we hebben vandaag of gister hebben we uitgereikt naar 1300 crowdfunders en zij mogen aangeven: doe ik mee met deze ronde of blijf ik zitten of verkoop ik, en daar hebben ze een aantal weken voor om ons te laten weten.

Ruben: Kijk, da's duidelijk en waarschijnlijk was er ook nogal iets aan te merken op m'n uitspraak: hoe heet die Zwitserse investeerder?

Noud: Die was perfect Ja, ja, nee, ik zou het niet anders doen.

Ruben: Nee-ja, nou, jij bent CFO van Fairphone. allereerst van harte gefeliciteerd

Noud: Dankjewel

Ruben: Wel waren het intensieve weken?

Noud: Ja, maanden, zeg, maar het heeft vrij lang geduurd dat was een lang proces. Maar ja, hartstikke blij dat het gelukt is en dat we deze partijen aan boord hebben weten te halen.

Ruben: Want we gaan eigenlijk de de. Het onderwerp van deze pot kat is: wat gaat

transcript

Fairphone doen met 49 miljoen? Daar komen we zo over, maar je hoort natuurlijk heel veel bedrijven dat het heel moeilijk is om de huidige om nu funding aan te trekken. Waarom is het Fairphone gelukt? Hoe? Wat? Wat is jouw geheim nou?

Noud: Ik denk dat één belangrijk verschil is, wel met een aantal andere fundraisers die die in het nieuws leest. Wij zijn al wel winstgevend, dus we zijn al een bewezen business model en we hebben eigenlijk al een beetje succes ook achter de rug. Dus we zijn niet alleen een belofte en we hebben ook wel wat afgeleverd. Ik denk dat dat ontzettend helpt, en zeker bij voorbeelden van nu waar ja of een faillissement speelt of waar winstgevendheid zeer lang uitblijft en dan is het wel heel fijn dat je kan zeggen dat jij al wel winstgevend bent, maar tegelijkertijd was het voor ons ook heel lastig en zijn we ook echt al heel, heel lang bezig. Dus ik heb wat grijze haren d'rbij en ik ben erg blij en opgelucht dat het nu rond is, want ja, het markt zeg, sentiment zit zeker wel tegen.

Ruben: En de de investeerders die betrokken zijn bij Fairphone hebben die expres gekozen voor een bedrijf als verven wat was de de connectie die die zorgt dat jullie met elkaar in zee gaan?

Noud: Ja, impact hé, dus dat en dat zit aan twee kanten, dus wij, wij hebben echt als doel gehad om een consortium samen te stellen die ook echt mission aligned is, die ook echt steunen wat wij doen. En dus dat is een ook een soort selectie aan de poort. Wij wilden ja, investeerders die niet alleen maar op profit uit zijn, maar die zeker ook impact, superbelangrijk vinden. En dan kom je toch al gauw ook bij dit soort partijen uit en investen en en abnamro maar ook de andere, ja, die die die proberen zowel profit na te streven voor een bedrijven, maar ook zeker de impact. En die combinatie is superbelangrijk en ook voor Fairphone.

Ruben: Natuurlijk, want velen weten het al, maar wat is die missie van Fairphone ja?

Noud: Goeie vraag, ja, onze missie is om een om om een inspiratie te zijn en een voorbeeld voor de industrie, en dan met name de consumer Electronics dus wij leveren een, wij maken en ontwikkelen een eerlijke en duurzame telefoon en dat doen we om een een voorbeeld te zijn voor de markt en om te laten zien dat je ook een eerlijk product kan maken en een duurzaam product, maar toch winstgevend kan zijn.

Ruben: Want daar zitten natuurlijk ook wel eens trades in dat je keuzes moet maken die misschien goed zijn, bijvoorbeeld het goed uitbetalen van je, van je leveranciers en de alle partijen in de keten, maar wat ook wel ten koste kan gaan van je, van je winst. Hoe gaan jullie die ideële missie van Fairphone behouden met deze nieuwe investeerders?

transcript

Noud: Ja, nee, fair point hé, dus soms is het moeilijk om keuzes te maken, omdat je bedrijfseconomisch denkt van hé, en we moeten op de kosten letten en tegelijkertijd wil je inderdaad gewoon een eerlijke premie betalen en alles duurzaam doen. Maar ja, wij, wij doen nooit concessies aan onze missie. Hé, dus in de missie altijd voor. En daarnaast proberen we inderdaad een een, een profit wel te bewerkstelligen. Op dit moment is de profit die we maken of de winst die we maken, vrij beperkt. Op een gegeven moment ga je natuurlijk ook die discussie krijgen. Ja, hoe hoog mag die winst dan eigenlijk zijn? Dat? LUX? Problemen hebben we nog niet, want wat ik al zeg, onze winst is vrij vrij bescheiden. Dus vooralsnog is het gewoon proberen om winstgevend te zijn, maar vooral je na je missie na te streven en hebben we nog geen beslissingen moeten nemen van oh. Ja, nu wordt de winst wel heel hoog en wat gaan we daar extra mee doen? Ja, het is altijd een Trade, of we moeten heel veel beslissingen maken die je vanuit onderbuik en bedrijfseconomisch soms niet zou doen, maar die wij dan toch nemen. Ja, die combinatie kunnen we voor ons nog hartstikke goed maken.

Ruben: En nu je iets van belang ook aan aan deze nieuwe investeerders geeft, denk je ook dat de investeerders op dezelfde manier die afweging maken als jullie, of denk je dat daar ook wel op verschillende manier naar gekeken wordt?

Noud: Nou, ik denk dat zij d'r op precies dezelfde manier naar kijken. Ik denk dat de aandeelhouders die wij nu aan boord hebben, het hele rijtje wat je hebt opgenoemd die hebben allemaal een ontzettende achterban, die missie en impact superbelangrijk vindt en die ook genoeg neemt met een lagere winst en een lagere rendement en die het ook niet zou accepteren als in één keer het rendement er wel is. Maar de missie verloochend wordt. Dus dat is ook de mix en en die ja, die die die moet gelden bij investeerders, ja, om uiteindelijk ook in Fairphone te investeren. We hebben dus ook echt wel wat selectie gedaan en we laten ook niet iedereen toe als aandeelhouder en ik denk dat dat ook voor de de fondsen geldt die allemaal noemden die die zijn ook erg streng in hun selectie en kijken ook wel echt van: ja, maakt dit bedrijf wel echt impact en maken ze echt het verschil? Ja, daar we elkaar wel weten te vinden.

Ruben: Helder verhaal, en dat wilden we natuurlijk ook even uit de mond van de investeerders zelf horen. Dus eerder op de dag sprak ik Pauline De Valk, investment manager van het ABN-AMRO sustainable impact fund

Ruben: Pauline De Valk, investment manager bij het sustainable impact fund van ABN-AMRO. Pauline, waarom hebben jullie in Fairphone geïnvesteerd?

Ruben: allereerst investeren wij met het stenen bol impact fund van de ABN-AMRO in bedrijven die een positieve bijdrage hebben aan milieu en of maatschappij. Fairphone past daar natuurlijk heel goed bij. Met hun telefoons dragen ze bij aan de transitie naar meer

Deze spraak-naar-tekst is gecreëerd met www.amberscript.com

transcript

sociaal verantwoord en circulaire-economie en Fairphone laat zien dat je een kwalitatief hoogwaardige telefoon kan ontwikkelen die op een eerlijke en duurzame manier gemaakt is, en daarmee zijn zij een frontrunner in de industrie en een voorbeeld voor anderen. Wij willen Fairphone graag ondersteuning om hun groei te kunnen versnellen, en met ons groeikapitaal willen we dan ook meer mensen bekend maken met het merk en het product, en zorgen dat meer mensen er ver van gaan gebruiken om zo de positieve impact in de industrie te kunnen vergroten.

Ruben: Oké, en wanneer ben je dan als investeerder tevreden? Moeten ze over over twee jaar ver aantal, ver van verdubbelen of vertienvoudigen waar? Wa, wat is? Wanneer ben jij tevreden, investeerder?

Pauline de Valk: Nou ik, hoe meer tegen, hoe meer mensen een vervol gaat ge gaan gebruiken, hoe meer impact er gemaakt wordt. Dus hoe sneller ze kunnen groeien, hoe beter. Ik denk dat dat zowel voor ons als investeerder, maar zeker voor de industrie en de impact die ze daarmee kunnen bewerkstelligen een heel mooi resultaat zou zijn.

Ruben: voel de druk, Noud?

Noud: zeker, nou ze ze, ze noemt geen, Paulien noemt geen getallen, dus als ze hartstikke goed, maar nee d'r liggen hoge verwachtingen, en terecht. Hé, we hebben maanden gepitst met grote beloftes en die moeten we nu zeker waarmaken maar wat ze zegt, daar is verder geen speld terug ze tussen te krijgen.

Ruben: En als u samsung of appel nu ook Circulaire telefoons gaat maken, jullie voorbeeld gaat volgen, bij je dan ontzettend blij of of of is dat juist heel erg vervelend.

Noud: Dan zijn we ontzettend blij, hé, ik gaf wel aan. Onze missie is om een voorbeeld te zijn en de industrie te inspireren. We hebben zelfs een KPI op navolging. Hoeveel volgers zijn d'r hoeveel partijen in de markt volgen ons voorbeeld? En als zij dat doen, is dat alleen maar goed. En als zij hun, de werkers in hun fabrieken, meer salaris gaan betalen, dan zouden we dat toejuichen. de vraag is: gaan ze dat doen? Ik denk het niet en en ja, ik ik, ik heb nog niet helemaal uitgelegd op welke vlakken wij nou een eerlijke en duurzame telefoon zijn. Maar dat zijn er een hoop en ik kan je vertellen dat de appels en de samsungs van deze wereld die pakken, één of twee onderwerpen bijvoorbeeld een een recycled aluminium in hun freem en daar maken ze dan grote billboard van. Wij hebben echt een holistische aanpak en pakken eigenlijk alle elementen mee die ja, maar met eerlijkheid en duurzaamheid te maken hebben. Dus zij zullen bepaalde facetten kopiëren hopelijk en ook repareerbaarheid bijvoorbeeld steeds meer een onderwerp, want dat wordt ook afgedwongen door door door wetgeving. Dus dat juigen we allemaal toe. En ja, ik hoop dat ze ons helemaal volgen op alle

transcript

vlakken. Dan hebben we wel een uitdaging om om dan nog wel uniek te zijn, maar ja, voordat we daar zo voordat we daar zijn dat dat gaat nog wel een jaar of tien duren, denk ik.

Ruben: En wat nou? Als over twee jaar krijg je een telefoontje, Tim Cooke aan de lijn, die zegt: ik heb het geprobeerd, maar het lukt me niet om net zo circuleer te zijn als jullie. Ik wil jullie overnemen.

Noud: Ja, dat moet je eigenlijk aan Pauline vragen, natuurlijk wat we dan gaan doen. Wij hebben wel in onze aanhoudersovereenkomst vastgelegd dat annie partij die geïnteresseerd is om aandelen te kopen, moet aantoonbaar missie aligned zijn. Dus we zullen dan even goed met met appel moeten praten wat nou echt hun hun ideeën zijn. Maar ja, het zou een scenario kunnen zijn, natuurlijk.

Ruben: En je had het al over KPIs: Key performance indicators indicatoren die je met investeerders afspreekt die je moet halen. Nou, ik neem aan dat er financiële indicatoren zijn, maar je zei had ook over andere, zeg maar impact indicatoren kun je daar iets meer over vertellen?

Noud: Ja, ja, eerst heel kort even van. Waar onderscheiden wij ons als telefoon? Hé, ik denk dat dat even goed is om aan te stippen, want. Wij proberen eigenlijk om de hele waardeketen eerlijk en duurzaam op te zetten. En dat begint eigenlijk al in de mijnen in Congo en in Zuid-Amerika waar kobalt en lithium en goud en tin en koper, etcetera ga gedolven wordt. En vooral kobalt en lithium kennen de meeste mensen gelukkig tegenwoordig wel gebeurt onder slechte omstandigheden artist al mining in community's met kinderarbeid met sterfgevallen met onderbetaalde jobs nou, daar beginnen wij al met projecten en om een eerlijke premie te betalen en om omstandigheden te verbeteren, dan gaat het eigenlijk door tot alle suppliers en fabrieken in China en in Azië die we gebruiken. He dus de mensen die in de fabriek in China werken, die hebben over het algemeen werken die 100 uur per week en krijgen daar heel slecht salaris voor. Nou, wij draaien programma's in fabrieken waar mensen maximaal 60 mogen werken en wel een living wage betaald krijgen. En daarnaast heb je ook nog ja, het feit dat onze telefoon modulair is. Hij is repareerbaar. In onze webshop kan je gewoon onderdelen kopen om in je telefoon weer te repareren. Als je je display laat vallen. Software support doen we vijf tot zeven jaar. Dat is ook vaak een reden, met name bij de chinezen merken, om na drie jaar je telefoon weg te moeten gooien. En dan hebben we ook nog het onderwerp privacy, dat ook steeds meer en meer mensen belangrijk vinden. Dus wij hebben ook onze ja op. Ons operating systeem is op basis van Android en en bevat ook de Google Apps als je dat niet wil, hebben we ook een alternatieve variant zonder Google Apps en daar hebben we een samenwerking mee met een Franse partner. Maar goed, een aantal voorbeelden, ook een recycling is wat we aanpakken en we verkopen ook refurbished telefoons bijvoorbeeld, dus eigenlijk alle elementen van een telefoon die maar niets te maken hebben met eerlijkheid, voor, voor pieper en plannen. Die proberen wij aan te pakken. En daar hebben we dus ook allemaal

transcript

KPI's op, want dat was je vraag en we hebben bijvoorbeeld een KPI ja, hoe lang heeft een verven gebruiker nou daadwerkelijk zijn telefoon in gebruik? En dat? De KPI staat op vijf jaar? Die hebben we op dit moment ook gehaald. Die staat bij ons op groen en da's een hele belangrijk, want wij kunnen wel zeggen: ja, de CO2 footprint de vervol is kleiner, de Environmental Footprint is kleiner, maar we moeten dat natuurlijk ook meten en hoe we door het meten van telefoons die we in het verleden in de markt hebben gebracht, maar soms zijn die pas twee jaar in de markt. Dus dan weet je niet of die vijf jaar meegaat maar dan weten we bijvoorbeeld wat de consument denkt. He dus verwacht de consument zelf nog dat hij zijn telefoon over drie jaar of over twee jaar, voor over vier jaar nog heeft. En zo proberen we ook zorg te dragen dat we ook de wensen die de klanten hebben, ja invullen dus dat is er voor ons een belangrijke KPI, E waste neutral is voor ons een belangrijke KPI dus wij hebben beloofd om voor iedere telefoon die we verkopen ook een telefoon uit de markt te halen, want E waste is een groot probleem wereldwijd en heel veel mensen hebben telefoons in hun la of ze liggen op afval hopen in in Afrika. En wij halen telefoons terug en zorgen wij door mensen geld te bieden voor een oude telefoon. En zo proberen we te zorgen dat in ieder geval niet meer telefoons in de wereld verschijnen. En fair materials is ook een hele belangrijke. Dus dat we hebben een groep van veertien metalen waaronder kobalt en lithium en en wij willen een bepaald percentage van die stof in je telefoon, dat die er of geresulteerd worden of op een ja fair trade manier zijn ingekocht dat zijn een paar voorbeelden van KPI's die voor ons, ja, superbelangrijk zijn.

Ruben: En als u, CFO staat natuurlijk iedereen aan jouw bureau met enorme wensenlijsten om te investeren. Maar wat gaat Fairphone precies doen met die na 49 miljoen? Waar ga je het aan uitgeven?

Noud: Ja, we gaan grotendeels proberen om het de ja om te schalen, dus wij verkopen de afgelopen jaar ongeveer 120000 telefoons en Pauline noemde geen getal, maar we hebben toch wel de ambitie om dat in ieder geval drie, vier keer zoveel te laten zijn in de komende jaren. En ja, daar heb je ook, ja, heel veel marketing voor nodig. Over het algemeen kennen mensen Fairphone niet en als mensen ver voor leren kennen, vinden ze het tof maar ze moeten het wel leren kennen en de brand awareness van verfoeit ongeveer vijf tot 10 procent in Europa. Nou en een heel simpel gezegd, als die brand awareness, een keer drie gaat, dan gaat je sales ook keer drie. En ja, daar, daar moet je veel marketing voor doen en dat betekent ook televisie, campagnes radio, campagnes influencer campings et, cetera ja, en dat kost een hoop geld. Dus dat is een belangrijke ja. En daarnaast willen we ook investeren in het uitbrengen van additionele producten. En we zijn nu een telefoon bedrijf. Maar we willen bijvoorbeeld ook een koptelefoon lanceren misschien wel een tablet, wie weet, en ja, we willen uiteindelijk ook zorgen dat bijvoorbeeld die KPI's op eerlijke materialen in die telefoon, dat we meer en meer leveranciers meekrijgen die ook risico, de materialen gebruiken, een fair premium betalen die ook de omstandigheden in hun fabrieken verbeteren. Ja, dus dat is het in in het kort waar we het geld aan gaan gaan uitgeven.

transcript

Ruben: Dank je wel eenmaal duidelijk. Ik heb nog één laatste vraag: wanneer komt de Fairphone vijf uit?

Noud: Geen idee, geen één idee. De Fairphone vier is het het allerbeste product wat op dat moment hebben, dus die zou ik vooral kopen.

Ruben: Dank je wel en we gaan naar de volgende rubriek: de uitsmijter.

Ruben: Wat moeten we vooral niet meer doen? Wat smijt Money Matters het liefst vandaag nog het raam uit, Noud?

Noud: Nou, ik zou vooral de telefoon die je hebt gewoon nog een jaartje langer houden. De meest duurzame telefoon is de telefoon die je al hebt. En ja, wat maakt het uit als de camera ietsje beter is geworden voor het nieuwste model? De meeste telefoons kunnen nog prima één of twee jaar mee.

Ruben: Kijk, dat is nou eens een verfrissend antwoord van een producent van telefoons en helemaal in het teken van de circulaire-economie dank je wel, nou voor deze aflevering. Volgende week zijn we d'r weer, want dan is het de week van de circulaire-economie en dan gaan we samen met cirkel onderzoeken hoe je de circulaire-economie best kan financieren daarmee zijn we aan het eind gekomen van deze podcast. Bedankt voor de partners: CIRCL van ABN-AMRO, de Vriendenloterij en het Oranjefonds. Productie Daniël van de Poppe van spraakmaker media, redactie: Daphne Sprecher en Sam Wansink. En wil je niks missen van deze podcast, abboneer je dan op Money Matters via je favoriete podcast kanaal, tot volgende keer.