

EXPEDITIE SUMBA 2015

Juryrapport Pitchavond

10 juli 2015



Over Expeditie Sumba

Avonturiers opgelet!

Met de vraag 'Ben jij de avonturier die we zoeken voor Expeditie Sumba?' opende Hivos de zoektocht naar kandidaten voor Expeditie Sumba 2015. Op deze uitdagende vraag, in advertenties, radiospotjes en een online campagne, reageerden ruim 100 enthousiastelingen wat resulteerde in 32 daadwerkelijke aanmeldingen. Zij wilden heel graag mee met de vierde expeditie naar het prachtige Indonesische eiland Sumba.

100 procent duurzame energie

Sumba is rijk aan tradities, maar economisch arm. Sinds 2010 werkt ontwikkelingsorganisatie Hivos samen met de Sumbanezen, overheden en bedrijven aan een 'Iconic Island'. Het idee erachter is om de 650.000 bewoners van Sumba nog vóór 2024 toegang te bieden tot 100% duurzame energie. Energie die nodig is voor de ontwikkeling van Sumba. "Een ambitieus project met de achterliggende gedachte dat als het op Sumba lukt dan moet het overal ter wereld lukken", aldus Eco Matser, projectleider van Sumba.

Expeditie Sumba

Met Expeditie Sumba wil Hivos Nederlanders betrekken bij haar initiatieven voor duurzame energie voor ontwikkeling. De expeditieleden zullen, net als in voorgaande edities, ervaren hoe het is om te moeten leven zonder toegang tot energie. Nieuw is dat de expeditieleden een aantal dagen op een plek zullen verblijven waardoor ze mee kunnen draaien in een gezin. Ze zullen zelf de handen uit de mouwen moeten steken en meehelpen aan het realiseren van duurzame projecten. Daarbij zien de expeditieleden de impact die de veranderingen tot dusver op de Sumbanese bevolking heeft.

De wedstrijd

32 kandidaten meldden zich aan met foto's, filmpjes en ideeën voor een actie die aandacht zou vragen voor Sumba en duurzame energie. Helaas konden ze niet allemaal mee: Hivos zocht drie kandidaten voor een expeditieteam van acht mensen. Eén Nederlander werd elders geselecteerd en vier Indonesische kandidaten pitchten in augustus in hun eigen land voor een plekje in het team.

De selectie

De wedstrijd verliep in twee selectierondes. In de eerste ronde werd kandidaten gevraagd een filmpje of foto met een korte tekst op te sturen. In de korte tekst beschreven zij hun idee voor een ludieke en opvallende actie om zoveel mogelijk aandacht te krijgen voor duurzame energie en Sumba. Na deze eerste ronde selecteerde Hivos de tien beste kandidaten op criteria zoals affiniteit met duurzaamheid, avontuurlijkheid, creativiteit en de potentie van de verzonden actie om een grote groep mensen te bereiken. Ook werd er gekeken naar aanbevelingen van vrienden en familie op facebook en op supportsumba.nl.

In de tweede ronde zegden helaas drie kandidaten af door tijdgebrek. Zeven kandidaten streden verder in de 'actieronde'. De verzonden acties werden uitgevoerd nadat de kandidaten deel hadden genomen aan de voorbereidende Sumba Bootcamp. Vervolgens werden de resultaten van de acties gepresenteerd aan een jury tijdens de Sumba pitchavond op 10 juli 2015. De kandidaten moesten in hun presentaties vertellen:

1. wat de actie inhield (wat heb je bedacht en waarom?); en
2. welke resultaten de actie tot nu toe opleverde (wat heb je gedaan en bereikt).

De pitchavond

Om 19.00 uur kwam de jury bij elkaar in het Humanity House in Den Haag. Rond 19.15 druppelden de eerste kandidaten binnen, strak van de zenuwen. Organisator Merit Hindriks van Hivos sprak ze moed in. Maar ook nadat zij iedereen welkom had geheten, de jury had voorgesteld en kandidaat Mark de Haan het spits afbeet met zijn presentatie, bleef de spanning van alle gezichten af te lezen. Na Mark waren achtereenvolgend Brenda Bonte, Sylvia Melzer, Franka Kerklaan, Joyce van Rooij, Melissa Latupeirissa en Robert Verspui aan de beurt.

Rond 21.30 was het tijd voor de jury om te overleggen en voor de kandidaten om een borrel te drinken en een Indonesisch hapje te eten. Pas om 22.45 kwam de jury met het verlossende oordeel.

De jury

Juryleden

Eco Matser, Programma Manager Duurzame Energie bij Hivos; hij is expert op het gebied van duurzame energie en tevens leidt hij de 100% duurzaam campagne waar Expeditie Sumba onder valt. Hij was juryvoorzitter tijdens de pitchavond.

Mirna Hovius, hoofd Strategie, Communicatie en Innovatie bij Hivos; zij is verantwoordelijk voor de corporate communicatie van Hivos. Voorheen viel Expeditie Sumba onder haar afdeling.

Saskia Stolz, Concept, design en Art Director en tevens oprichter van creatief propagandabureau Sazza. Zij ontwikkelt en maakt al jaren communicatie materiaal voor Hivos. Zo ook de campagnebeelden van Expeditie Sumba.

Selectie criteria

Voorafgaand aan de pitchavond hebben de juryleden afzonderlijk van elkaar alle zeven kandidaten en hun acties bekeken op facebook en supportsumba.nl. Ze keken onder meer naar geüpload materiaal (foto's, filmpjes), blogteksten en aantal comments/likes. Daarnaast kregen ze van Merit aanvullend materiaal en een verslag van de behaalde media aandacht.

In het Humanity House beoordeelde de jury alle presentaties op de volgende criteria (zoals ook in de voorwaarden beschreven):

1. Er is ten minste één actie uitgevoerd, of in de planning, om mensen te betrekken bij Sumba;
2. de actie is gedeeld op de blog pagina op supportsumba.nl;
3. het bereik van de actie (social) media en offline);
4. in de actie komt het verhaal van Sumba naar voren;
5. in de actie is duurzame energie als thema opgenomen.

Aanvullend keek de jury ook naar de creativiteit van de actie en de pitch en lette op de aandacht en tijd die in de uitwerking van de actie zat. Daarnaast speelden ook gedrevenheid en vermogen om mensen enthousiast te maken een rol in de beoordeling.

De presentaties

Voordat we iets vertellen over de winnaar en de andere kandidaten, wil de jury graag kwijt dat ze zeer onder de indruk was van *alle* acties en presentaties. De kwaliteit was hoog, de betrokkenheid enorm groot en het enthousiasme spatte ervan af. De jury en Hivos willen daarom ook de kandidaten die niet geselecteerd zijn ontzettend bedanken voor hun bijdrage

met een speciaal, op duurzame energie, samengesteld pakketje. Dit pakketje ontvingen ze op de pitchavond.

De winnaars

Juryvoorzitter Eco Matser kwam na de juryberaadslagingen met de uitslag. Wie zijn de drie kandidaten die in september op het vliegtuig naar Sumba stappen? En waarom koos de jury voor deze drie?

Mark de Haan

Mark beet het spits af. Een moeilijke taak die hij met verve volbracht. Mark is een ondernemer in de ICT en houdt van reizen. In de ICT richt hij zich op nieuwe technieken waarbij duurzame energie een belangrijk aspect is. Duidelijk is dat hij zich graag voor dat thema in wil zetten. In zijn vrije tijd doet Mark aan zweefvliegen. In zijn actie koppelde hij dit aan zijn ICT achtergrond: de Sumba Shop. In korte tijd creëerde hij een webpagina waarop iedereen een zweefvlucht kon boeken of een kaartje uit Sumba kon bestellen. Tijdens de zweefvluchten vertelde hij over Sumba en liet hij letterlijk de kracht van de wind voelen. Hij bereikte met zijn actie veel media aandacht. Niet alleen kranten posten zijn artikel en foto's vanuit de lucht, ook de radio belde hem een paar keer op zodat Mark zijn verhaal kon doen. De pitch was technisch, maar de jury zag hierin duidelijk Mark zijn interesse in duurzaamheid terugkomen. De actie was goed uitgewerkt waaruit de motivatie van Mark bleek. De jury was door het enthousiasme en de overweldigende aandacht die zijn actie kreeg overtuigd dat hij een goede kandidaat zou zijn voor de expeditie. Zij besloot dan ook Mark het ticket te geven.

Sylvia Melzer

Sylvia Melzer is gedreven. Ze heeft net haar eigen coachingspraktijk geopend. Als ze daarin net zoveel enthousiasme en doorzettingsvermogen in steekt als in haar actie voor Sumba kan dat niet falen. Haar campagne, Sunny Side Up for Sumba, bevatte meerdere acties. Zo organiseerde ze een fotoshoot op het strand, wist ze de tennisvereniging mee te krijgen met de bucket challenge, fietste ze sapjes bij elkaar die ze verkocht aan voorbijgangers en bezocht ze een basisschool om kinderen te laten knutselen met zonnepanelen. Overkoepelend thema was de zon, want, zo zei ze zelf, de zon is een bron van energie én laat een glimlach op Nederlandse gezichten verschijnen. De zon stond symbool voor de link tussen Sumba en Nederland. Haar pitch was leuk en enthousiast. Sylvia liet veel zien en praatte vlot over haar acties. Ze liet zien dat ze het verhaal van Sumba goed begrijpt en dit uitstekend weet over te brengen op anderen. Haar bereik was vooral in eigen kring, maar de jury werd toch overtuigd door de grote inzet en haar inhoudelijke verhaal. Sylvia won als tweede een ticket naar Sumba.

Franka Kerklaan

Franka heeft Science Education and Communication gestudeerd. Daarnaast houdt ze zich veel met duurzaamheid bezig. Ze zit onder andere bij Team Go Green Energy van Jongeren Milieu Actief waar ze acties organiseert om de omschakeling naar duurzame energie te bevorderen in Nederland. Om Franka haar kennis en betrokkenheid bij duurzame energie kan je dus niet heen. Haar actie, de Museumfiets, is ontzettend creatief bedacht. De timing daarnaast ook goed doordacht: de Tour de France begon dit jaar in Utrecht tijdens de actieperiode. Franka stond met haar fiets op veel plaatsen in Utrecht. Hoogtepunten waren het bezoek van de burgemeester van Utrecht en de presentatie tijdens de 'Tour der Duurzaamheid' waar ze na sprekers van onder andere Urgenda, SolaRoad en Solease prima uit de verf kwam.

Haar pitch was de beste van de avond. Ze toonde nogmaals haar betrokkenheid bij duurzaamheid, haar inzet en creativiteit. Haar bereik was daarnaast overtuigend genoeg om als jury te besluiten dat Franka een plek in de expeditie verdiende.

De andere kandidaten

De keuze was bijzonder moeilijk. Met pijn in ons hart konden we de volgende kandidaten niet óók laten winnen.

Joyce van Rooij

Joyce is een jonge, reislustige en energieke kandidaat. Ze organiseerde, al voordat ze bij Hivos was geweest voor de Sumba Bootcamp, haar eigen 'bootcamp'-achtige event: Run4Sumba. Ondanks dat het waarschijnlijk de warmste dag van 2015 was kreeg ze toch zo'n 25 mensen op de been om rennend stil te staan bij Sumba. Het parcours leidde rondom de Kralingseplas in Rotterdam, een 5 kilometer lange uitputtingsslag. Ook voordat Hivos haar hulp aanbood met het bereiken van de media stond ze al in de krant en had ze een interview met FunX geregeld. De jury is deze proactieve houding niet ontgaan en bewondert haar tomeloze energie.

De pitch was leuk en goed uitgevoerd. Een presentatie houden aan de hand van een doorlopend filmpje is lastig, maar deed Joyce ontzettend goed. De warming-up die Joyce deed met alle aanwezigen zorgde voor hilariteit. De jury heeft lang getwijfeld maar denkt toch dat haar event minder breed bereik heeft gehad dan die van de kandidaten die wel geselecteerd zijn. Haar uitleg van duurzame energie aan de hand van de warming-up was heel creatief maar minder diepgaand. Helaas kon de jury Joyce niet ook meenemen op expeditie.

Melissa Latupeirissa

Melissa heeft haar roots in Sumba: haar opa komt van het eiland. Zij zette zich, mede om deze reden, met hart en ziel in voor haar actie: I ❤️ Sumba. Ze organiseerde een Indonesische avond vol hapjes, drankjes en muziek. Op een creatieve manier stond ze stil bij duurzame energie. Ze deed alle lampen uit, brandde kaarsjes en vertelde over de beperkte toegang tot energie die ze op Sumba hebben. Ze werd begeleid door haar vader die op een akoestische gitaar speelde. De steunbetuigingen op facebook logen er niet om. Door het verhaal persoonlijk te maken weet Melissa een enorme groep mensen te bereiken. Ook de lokale pers smulde van haar verhaal. Echter had dit ook een keerzijde. Melissa wist niet goed genoeg het verhaal om te buigen naar duurzame energie. Ook niet in haar pitch. De jury moest kiezen op de criteria en daar scoorde Melissa helaas net iets minder dan andere kandidaten.

Brenda Bonte

Brenda studeert International Tourism Management wat haar passie voor reizen benadrukt. Brenda wilde alles doen voor Sumba. Ze bedacht Change the world, start with Sumba! Een ambitieus social media concept waarbij ze mensen opriep om iets #forSumba te doen. Het maakte niet uit wat, als het maar positief was. Zelf sprong ze in het Amsterdamse water, deelde ze knuffels uit en verzong ze verschillende win-acties. Alles om aandacht te krijgen voor Sumba en haar deelname aan de wedstrijd. De jury vond de acties heel laagdrempelig maar de link met Sumba en duurzame energie minder duidelijk. Ook lag er in de pitch veel nadruk op haar persoonlijke motivatie om mee te gaan in plaats van haar acties om duurzame energie en Sumba op de kaart te zetten.

Robert Verspui

Robert is fotograaf en gefascineerd door Indonesië waar hij al meerdere bezoeken aan bracht. Robert draait zijn hand niet om voor ludieke ideeën en is creatief in de uitwerking daarvan. Zijn actie: een luchtfoto van kinderen die de contouren van het eiland Sumba uitbeelden. Robert betrok deze kinderen bij zijn actie. Hij vertelde hen het verhaal van Sumba. De jury vroeg zich af of dit de doelgroep was die hij wilde bereiken. In de pitch lag de nadruk op Robert zijn motivatie en zoektocht naar avontuur. Helaas kwam daar Sumba en duurzame energie minder in naar voren. De jury vond de tijd en aandacht die Robert aan zijn actie had besteed minder dan die van andere kandidaten en moest daarom besluiten Robert niet mee te laten gaan op expeditie.

Het vervolg

De jury was zo onder de indruk van alle presentaties dat Hivos graag ook de niet-winnaars wil blijven betrekken bij Expeditie Sumba. Alle kandidaten kregen een verrassingspakket, maar kunnen ook, als ze hun campagne willen voortzetten, blijvende ondersteuning krijgen van Hivos. Zij zullen daarmee ook in de picture blijven op social media uitingen over Expeditie Sumba.

Op www.facebook.com/expeditiesumba en www.supportsumba.nl kun je de expeditieleden blijven volgen. Je vindt daar ook foto's van de acties en kandidaten.