

A smiling woman wearing a pink headscarf and a pink patterned dress is operating a large yellow industrial machine. She is looking towards the camera with a pleasant expression. The machine has a large funnel-shaped hopper at the top and a complex mechanical structure below. The background shows a blue door and a light-colored wall.

**Dem Wohl der
Kundschaft verpflichtet**

Zahlen und Fakten

Das Projektfinanzierungsportfolio

- betrug 2012 530 Millionen Euro
- beinhaltete Kredite und Kapitalbeteiligungen für 854 Partnerorganisationen in 67 Ländern

Mikrofinanz

Gut 80% des Projektfinanzierungsportfolios – 420 Millionen Euro – sind in der Mikrofinanz investiert. Die Vergabe erfolgt über Genossenschaften, Finanzinstitutionen ohne Banklizenz oder Banken sowie über Finanzierungen für kleine und mittlere Unternehmen (KMU), institutionelle Banken und Wohnungsbaukdarlehen.

- Oikocredit investiert weiterhin vorrangig in kleine Mikrofinanzinstitutionen (MFI) mit weniger als 10.000 Kreditnehmerinnen und Kreditnehmern (53%)
- Unsere Mikrofinanz-Partnerorganisationen erreichen 28 Millionen Menschen (von denen über 1,7 Millionen direkt mit Finanzierungen von Oikocredit erreicht werden)
- 84% derer, die erreicht werden, sind Frauen
- 40% der Kundinnen und Kunden sind im Handel tätig, 24% in der Landwirtschaft, 15% im Dienstleistungssektor, 12% im produzierenden Gewerbe und 8% in anderen Bereichen
- 56% der Kunden und Kundinnen leben auf dem Land
- 42% der Mikrofinanzpartner haben eine Gleichstellungsstrategie und 40% eine Umweltschutzstrategie

Produzierendes Gewerbe und Dienstleistungen

Gut 20% des Projektfinanzierungsportfolios – 110 Millionen Euro – gehen an kleine und mittlere Unternehmen (KMU) und landwirtschaftliche Produktionsgenossenschaften, vorwiegend aus den Bereichen Landwirtschaft, Fairer Handel und produzierendes Gewerbe, sowie soziale Organisationen, die auf kommunaler Ebene Bildungs- und Gesundheitsleistungen erbringen.

- 261 Partnerorganisationen im produzierenden Gewerbe und Dienstleistungsbereich in verschiedenen Sektoren mit dem Schwerpunkt Landwirtschaft
- 57% Landwirtschaft und Fischerei
- 20% Handel und Warenherstellung
- 13% Bildung und Gesundheitswesen
- Oikocredit unterstützt 59 Fairhandelsorganisationen
- 75 Partnerorganisationen im produzierenden Gewerbe und Dienstleistungssektor verwenden umweltfreundliche Verfahren
- 30% der Partnerorganisationen im produzierenden Gewerbe und Dienstleistungssektor haben eine Gleichstellungsstrategie
- 72% der Partnerorganisationen im produzierenden Gewerbe und Dienstleistungssektor haben eine Umweltstrategie

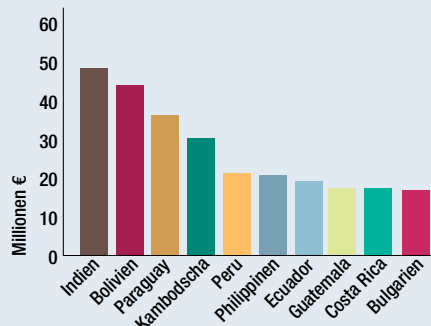
Titelbild: Aby Ndao, Kundin von U-IMCEC

Aby Ndao lebt in Kaolack im Senegal. Sie verarbeitet Mais, Hirse und Bissap (Malven) zu Mehlmischungen, Getreidekaffee und Tee. Auf einer Reise nach Mali entdeckte Aby Ndao eine Getreidemischung, die als Babybrei zur Bekämpfung der Mangelernährung verwendet wird. Das brachte sie auf die Idee zu einem eigenen Produkt. „Farina Yaye Aby“, so der Name der Babybrei-Mischung, wird im Rahmen von Ernährungsprogrammen eingesetzt. Aby Ndao ist Kundin des Oikocredit-Partners U-IMCEC, einer genossenschaftlichen MFI, die ihr Engagement in der Landwirtschaft verstärken will und derzeit gezielt Finanzdienstleistungen für die landwirtschaftliche Wertschöpfungskette entwickelt.

2012 in Grafiken

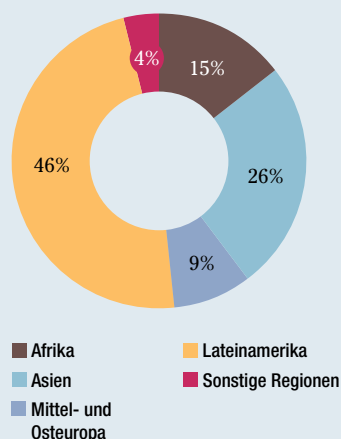
Länder mit den höchsten Finanzierungssummen

Stand: 31. Dezember 2012



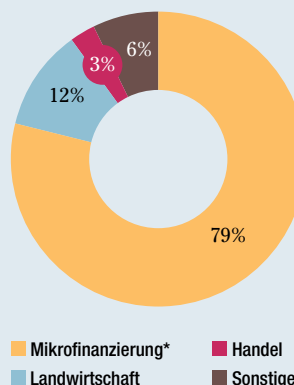
Finanzierung nach Regionen

Stand: 31. Dezember 2012



Finanzierung nach Sektoren

Stand: 31. Dezember 2012



* Finanzierung von Mikrokrediten, KMU und Banken

Die Kundschaft gezielter unterstützen

Soziales Wirkungsmanagement beinhaltet, dass die Bedürfnisse der Kundinnen und Kunden im Zentrum unserer Arbeit stehen. Oikocredit wählt nur solche Partnerorganisationen aus, die diese Verpflichtung teilen. 383 von ihnen haben im vergangenen Jahr Initiativen ergriffen, um ihre Reichweite zu vergrößern und um das, was die Menschen benötigen, gezielter anbieten zu können. Die Initiativen tragen dazu bei, die Lebensverhältnisse der Kundinnen und Kunden besser zu schützen und ihren wirtschaftlichen Erfolg zu steigern. 38 Partnerorganisationen haben wir bei der Anwendung des „Progress out of Poverty Index“ (PPI), einer Messzahl zur Bestimmung von Armutsverringerung, unterstützt und die Beschäftigten von 66 Mikrofinanzpartnern im Bereich der Kundenschutzrichtlinien geschult.

Besonders aufmerksam beobachten wir nach wie vor, wie die Partnerorganisationen ihrer Kundschaft dabei helfen, ihre Lebensbedingungen zu verbessern, und wir unterstützen unsere Partner bei diesen Anstrengungen. Dazu gehören Aktivitäten wie Kunden- und Marktstudien, Programme zur finanziellen Grundbildung, Mentoring für Partnerorganisationen und die Einführung des Progress out of Poverty Index bei weiteren Partnern.

Unser Mentoring-Programm, dem die Universal Standards for Social Performance Management zugrunde liegen, zeigt Wirkung. Die daran beteiligten Partnerorganisationen haben ihre Geschäftspraktiken geändert und interne Beauftragte für soziales Wirkungsmanagement eingesetzt. Auch Beschäftigte von Oikocredit und lokale Mentorinnen und Mentoren haben von dem Programm profitiert. Zudem haben wir im vergangenen Jahr Konferenzen und Workshops zum sozialen Wirkungsmanagement für fast 100 Mikrofinanzinstitutionen (MFI) weltweit organisiert und mitgetragen.

Produktentwicklung, Marketing, Risikomanagement, Unternehmensführung, soziales Wirkungsmanagement und landwirtschaftliche Wertschöpfungsketten: Das sind die Bereiche, die wir für die Beratung und technische Unterstützung unserer Partnerorganisationen als vorrangig festgelegt haben. In der Landwirtschaft konzentrieren wir uns auf die Wertschöpfung für Bäuerinnen und Bauern und ländliche Gemeinschaften, einschließlich besserer Verfahren zum Schutz der Umwelt.

Fünf Oikocredit-Beschäftigte sind inzwischen zertifizierte Gutachter für die Kundenschutzrichtlinien der Smart Campaign.

Wir haben unsere ESG-Scorecard – ein Instrument, mit dem bei der Auswahl von Partnern Umweltverträglichkeit, soziale Leistungsfähigkeit und verantwortungsvolle Unternehmensführung erfasst werden – auf den Prüfstand gestellt und weiterentwickelt. Faire Zinssätze für die Kundschaft unserer Partnerorganisationen bleiben ein vorrangiges Ziel. Unsere Kreditverträge mit Mikrofinanz-Partnerorganisationen verlangen die Unterzeichnung der Kundenschutzrichtlinien der Smart Campaign und einen Plan zu deren Umsetzung.

Oikocredit hat eine neue Umweltstrategie festgelegt. Sie betrifft unser eigenes Verhalten, unsere Beziehungen zu Partnern und unsere Projektfinanzierungen. Partnerorganisationen mit starker ökologischer Ausrichtung bilden einen kleinen, aber wachsenden Teil unseres Portfolios. Wir finanzieren zunehmend Initiativen in den Bereichen erneuerbare Energien und Energiesparen.

Anfang 2013 führte Oikocredit eine Umfrage durch, um zu ermitteln, wie zufrieden unsere Partner mit unseren Produkten und Dienstleistungen sind. Das Mentoring-Programm wird auf Paraguay, Peru und Ghana ausgedehnt. Unsere Beauftragten für soziales Wirkungsmanagement und einige Mikrofinanzpartner stellen auf dem Jahrestreffen der „Social Performance Task Force“ im Juni erste Ergebnisse des Mentoring-Programms vor. Wir werden unsere regionalen Strategien für soziales Wirkungsmanagement und technische Unterstützung im Hinblick darauf überprüfen, wie wir möglichst viele Partnerorganisationen erreichen können. Da Oikocredit besonderen Wert auf die Messung, Beobachtung und Dokumentation von Veränderungen auf Kundenebene legt, war es ein naheliegender Schritt, uns am Lenkungsausschuss der „Seal of Excellence“-Initiative des „Microcredit Summit“ zu beteiligen.

David Woods
Geschäftsführer

Ging Ledesma
Direktorin für soziales Wirkungsmanagement und Finanzanalyse



Fachleute für soziales Wirkungsmanagement aus den Oikocredit-Regionalbüros

Der Nutzen für die Menschen

Wir wollen für die Kundinnen und Kunden die bestmöglichen Ergebnisse erreichen. Das erfordert eine sorgfältige Auswahl, Begleitung und Unterstützung der Partnerorganisationen und eine ausgewogene Bewertung des Nutzens ihrer Arbeit auf Kundenebene.

Wir beobachten den realen sozialen und finanziellen Ertrag genau. Bei Bedarf beraten wir unsere Partner und unterstützen sie auch praktisch darin, Produkte und Dienstleistungen präzise auf die Bedürfnisse benachteiligter Menschen auszurichten. Um unsere Partner besser unterstützen und neue Partner besser auswählen zu können, werden wir intern unsere Ressourcen erhöhen.

Strenge soziale Auswahlkriterien

2012 hat Oikocredit ihr Instrument zur Erfassung von Umweltverträglichkeit, sozialer Leistungsfähigkeit und verantwortungsvoller Unternehmensführung (ESG Scorecard) für Partnerorganisationen in der Mikrofinanz durch einen Vergleich mit anderen sozialen Bewertungsinstrumenten überprüft und eine hohe Übereinstimmung festgestellt. Wir haben eine neue ESG Scorecard für Partnerorganisationen im Produktions- und Dienstleistungsbereich eingeführt und damit unsere Auswahlverfahren in diesem Bereich weiter geschärft.

Beobachtung von Schlüsselindikatoren

Wir beobachten soziale Wirkungsindikatoren, um sicherzustellen, dass unsere Partnerorganisationen die gewünschten Zielgruppen auch wirklich erreichen und Leistungen anbieten, die das Leben der Menschen positiv verändern können. 2012 haben 634 Mikrofinanzpartner und 158 Partner aus dem produzierenden Gewerbe und Dienstleistungssektor Daten dazu vorgelegt. Als Entwicklungsziele nannten sie die Verringerung der Armut (73%), die Schaffung von Arbeitsplätzen (67%), die Unterstützung von Unternehmensgründungen (55%), die Förderung der Gleichstellung von Frauen und Männern (45%) und die Verbesserung der Wohnbedingungen (43%). Neben Krediten bieten viele Mikrofinanzinstitutionen auch Sparmöglichkeiten (45%), Mikroversicherungen (48%) und nicht-finanzielle Dienstleistungen (63%) an.

Zugang zu Finanzdienstleistungen

Finanzielle Inklusion, der Zugang zu Finanzdienstleistungen für alle Menschen, ist für uns ein wichtiges Anliegen. Die Zahl der Endkundinnen und -kunden, die mit den Finanzierungen von Oikocredit direkt erreicht werden, hat sich 2012 auf 1,7 Millionen erhöht. Die Zahl derjenigen, die Angebote unserer Mikrofinanzpartnerorganisationen nutzen, stieg auf 28 Millionen. Davon sind 84% Frauen und 56% leben in ländlichen Gebieten. Von den 46% der Mikrofinanzpartner, die mit einer Gleichstellungsstrategie arbeiten, bieten 76% speziell auf Frauen abgestimmte Finanzprodukte an.

Kundenschutz

Das Wohl der Kreditkundschaft ist unser vorrangiges Ziel. Wir verpflichten neue Partnerorganisationen vertraglich zur Anwendung der Kundenschutzrichtlinien, überprüfen deren Umsetzung und Einhaltung und lassen Mitarbeitende als Gutachter für die Kundenschutzrichtlinien schulen. 59% unserer Mikrofinanzpartner

haben sich inzwischen zur Einhaltung der Richtlinien verpflichtet. Viele unserer Mikrofinanzpartner haben die Anwendung der Verfahren des sozialen Wirkungsmanagements verbessert. Bemerkenswert ist der Anstieg der Zahl der Organisationen, die eine Befragung zur Kundenzufriedenheit durchgeführt haben, von 45% im Jahr 2011 auf 57% in 2012.

Berichte und Rechenschaftspflicht

Transparenz und Rechenschaftspflicht sind wesentlich für die Entwicklung einer verantwortungsvollen Mikrofinanzbranche. Wir

Die sozialen Ergebnisse basieren auf Daten von über 634 Organisationen, die Oikocredit Bericht erstattet haben und so ihren Einsatz für soziale Ziele und soziale Leistungsfähigkeit nachvollziehbar machen.

Allgemeine und finanzielle Indikatoren

	Dezember 2012	Dezember 2011
Summe ausstehender Projektfinanzierungen	530 Mio. €	520 Mio. €
Portfolio Mikrofinanzinvestitionen	420 Mio. €	410 Mio. €
Portfolio Produzierendes Gewerbe und Dienstleistungssektor	110 Mio. €	110 Mio. €
Gesamtvolumen neuer Kredite	234 Mio. €	211 Mio. €
Durchschnittliche Kredithöhe pro Partner	958.000 €	828.000 €
Anzahl der Partner	854	896
Anzahl der Mikrofinanzpartner	583	616
Anzahl der Länder	67	67

Soziale Leistungsindikatoren

	Dezember 2012	Dezember 2011
Durch Mikrofinanzpartner erreichte Kundschaft	28 Mio. ¹	25,5 Mio. ²
Direkt durch Oikocredit-Finanzierungen erreichte Mikrofinanz-Kundschaft ³	1,7 Mio.	1,6 Mio.
% weiblicher Mikrofinanz-Kundschaft	84% ⁴	83% ⁵
% Mikrofinanzpartner mit Gleichstellungsstrategie	42%	38%
% ländliche Kundschaft	56% ⁴	53% ⁵
Anzahl von Partnern im produzierenden Gewerbe und Dienstleistungssektor	271	280
Davon Partner mit Umweltstrategie in %	72%	73%
Dort beschäftigte Menschen	37.438 (20.556 feste Stellen)	39.323 (24.083 feste Stellen)

¹ Angaben von 472 Mikrofinanzpartnern

² Angaben von 495 Mikrofinanzpartnern

³ als Proxy-Indikator wird die Zahl der erreichten Endkundschaft mit dem relativen Anteil multipliziert, den Oikocredit an der Finanzierung des Kreditportfolios der Mikrofinanzpartner hat

⁴ von 28 Millionen Kundinnen und Kunden

⁵ von 25,5 Millionen Kundinnen und Kunden

Weitere Informationen

Weitere Informationen über das soziale Wirkungsmanagement von Oikocredit finden Sie unter www.oikocredit.org

zählt

fordern unsere Partner auf, Daten an MIX Market zu übermitteln, eine weltweite web-basierte Datenbank für finanzielle und soziale Leistungsfähigkeit von Mikrofinanzinstitutionen. 55% unserer Partnerorganisationen geben Finanzdaten und 45% Daten zu den sozialen Wirkungen an MIX Market weiter. Der Anteil der Mikrofinanzpartner, die ein finanzielles Rating durchführen ließen, stieg auf 55%. Der Anteil der Partnerorganisationen mit einem externen Sozialrating stieg im Jahr 2012 auf 25%.

Schwerpunkt Landwirtschaft

Oikocredit fördert weiterhin schwerpunktmäßig die Landwirtschaft, einschließlich der Unterstützung des Fairen Handels. 24% der Kunden und Kundinnen unserer Mikrofinanz-Partnerorganisationen arbeiten in der Landwirtschaft. Von unserem Portfolio im Bereich produzierendes Gewerbe und Dienstleistung sind 64 Millionen Euro (57%) in der Landwirtschaft und 25% in Afrika investiert. Unsere Partner in diesem Bereich unterstützen 24.105 Genossenschaftsmitglieder, beschäftigen 37.438 Menschen und erreichen 168.445 Landwirtinnen und Landwirte. Im Bereich Fairer Handel waren 2012 27,3 Mio. Euro in Genossenschaften in Entwicklungsländern und 8 Mio. Euro in Vertriebsunternehmen in Industrieländern investiert. Damit stiegen die Investitionen im Fairen Handel von 25,6 Millionen Euro im Jahr 2011 auf 35,6 Millionen Euro im Jahr 2012. Das entspricht 32% des Portfolios im produzierenden Gewerbe und Dienstleistungssektor.

Umweltstrategie und „grünes“ Investieren

Die Umweltstrategie von Oikocredit bezieht sich auf unser eigenes Verhalten als weltweite Organisation und das der Partnerorganisationen, die wir finanzieren. Ziel der Strategie ist die Einbindung des Umwelt- und Klimaschutzes in alle Bereiche unserer Arbeit. Der Anteil „grüner“ Partnerorganisationen im Portfolio, die unmittelbar einen Beitrag zum Umweltschutz leisten, ist zwar noch gering, nimmt aber stetig zu. Dazu gehören Partner, die in der ökologischen Landwirtschaft, v. a. im Anbau von Bio-Kaffee, aber zunehmend auch in der nachhaltigen Forstwirtschaft sowie im Bereich erneuerbare Energien und Energieeinsparung tätig sind. 72% unserer Partnerorganisationen im produzierenden Gewerbe und Dienstleistungssektor haben eine Umweltstrategie, bei unseren Mikrofinanz-Partnerorganisationen sind es 40%.

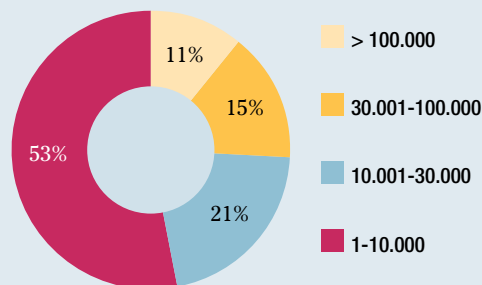


COAGROSOL, Brasilien

2012 in Grafiken

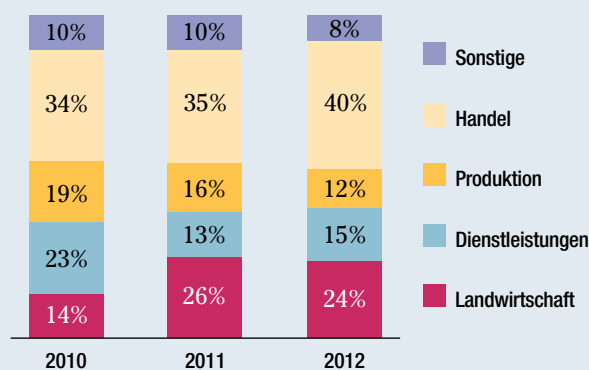
Mikrofinanzpartner im Oikocredit-Portfolio

nach Anzahl der erreichten Kundschaft
Stand: 31. Dezember 2012



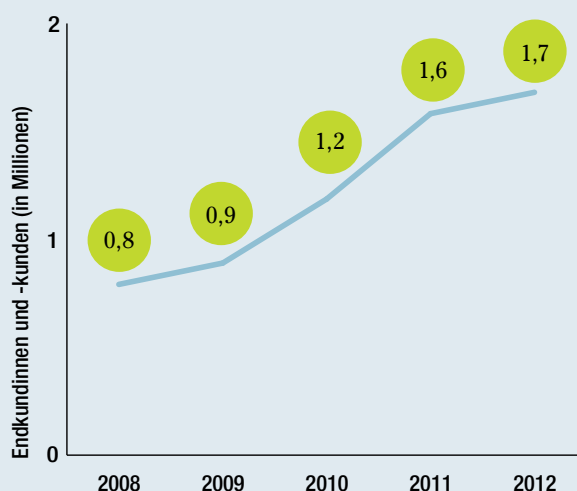
Mikrofinanz-Endkundschaft nach Sektoren (%)

Stand: 31. Dezember 2012



Mit Oikocredit-Finanzierungen erreichte Endkundinnen und -kunden

Stand: 31. Dezember 2012



Oikocredit hat das Ziel, so viele benachteiligte Menschen wie möglich zu erreichen. Um annähernd realistisch die Zahl der Endkunden und -kundinnen, die wir mit unseren Finanzierungen direkt erreichen, zu errechnen, wird der relative Anteil, den wir am Kreditportfolio einer Mikrofinanz-Partnerorganisation haben, mit der Zahl der von ihr erreichten Kundinnen und Kunden multipliziert.

Soziale Wirksamkeit fördern

Soziales Wirkungsmanagement bedeutet für Oikocredit, die Bedürfnisse der Kundschaft in den Mittelpunkt der Arbeit zu stellen und ihnen möglichst wirksam und effizient gerecht zu werden. Der erste Schritt in unserer Strategie für soziales Wirkungsmanagement ist die Auswahl von Partnerorganisationen, die unser Engagement für das Wohl der Kundschaft teilen. Der zweite Schritt ist, die Effizienz unserer Partnerorganisationen zu verbessern.

Oikocredit will eine ganzheitliche Sichtweise bei Mikrofinanzorganisationen fördern und diesen dabei helfen, den Nutzen für die Kundschaft zu vergrößern, ohne dabei die Kapazitäten der Einrichtung und die Notwendigkeit der finanziellen Leistungsfähigkeit aus den Augen zu verlieren. 2012 berichteten 383 Oikocredit-Partnerorganisationen, dass sie konkrete Initiativen zur Verbesserung ihrer Arbeit ergriffen hätten, u. a. um Zielgruppen besser zu ermitteln und zu erreichen, die Kundschaft zu schützen, auf deren Wünsche und Bedürfnisse genauer einzugehen und ihnen zu helfen, Wertschöpfung zu erzeugen.

Schwerpunkt: Ergebnisse auf Kundenebene

Unser verstärktes Engagement für die Ergebnisse auf Kundenebene hatte mehrere Aktivitäten zur Folge:

- Studien und Bestandsaufnahmen zur Situation der Kundschaft in Kambodscha und auf den Philippinen, und eine Erhebung zu den von den Partnerorganisationen erfassten Veränderungsindikatoren auf Kundenebene
- Radiosendung zur finanziellen Grundbildung in Kambodscha
- Unterstützung einer Schuldenberatungsstelle in Bosnien und Herzegowina
- Mentoring-Programme für Mikrofinanzpartner in Kambodscha, auf den Philippinen, in Kenia, im Senegal und in Uganda
- Forschungsprojekt in Zusammenarbeit mit der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) zur Mikrofinanzierung für menschenwürdige Arbeit.

Faire Zinssätze

Wir möchten einen Beitrag dazu leisten, dass die von unseren Partnerorganisationen geforderten Zinssätze fair bleiben. Daher prüfen wir den effektiven Jahreszins, den unsere Mikrofinanzpartner ihren Kundinnen und Kunden berechnen. Der Einblick in diese Daten lässt uns besser verstehen, welche Faktoren die Zinssätze bestimmen, und ermöglicht es uns, mehr Einfluss auf die Zinsgestaltung unserer Partner zu nehmen. In Vereinbarungen mit Partnerorganisationen legen wir immer häufiger eine Verpflichtung zur regelmäßigen Überprüfung der Zinssätze fest.

Das sagen unsere Partner

Oikocredit legt Wert auf langfristige Beziehungen, die von gegenseitiger Achtung getragen sind und bittet ihre Kunden, die bei Oikocredit „Partnerorganisationen“ genannt werden, regelmäßig um Feedback. Anfang 2013 führte Oikocredit eine Befragung zur Partnerzufriedenheit durch. 257 Partnerorganisationen – eine repräsentative Zahl – nahmen daran teil. Sie waren sehr zufrieden mit der Kundenbetreuung und anderen Dienstleistungen, wie z. B. der Beratung und technischen Unterstützung. Empfehlungen gaben sie zu den Zinssätzen und der Bearbeitungsdauer der Kreditanträge. Viele Partnerorganisationen betonten, wie sehr sie das besondere Engagement von Oikocredit für die Verbesserung der sozialen Wirksamkeit schätzen.

Beratung und technische Unterstützung

Bei vielen Partnerorganisationen reicht eine Finanzierung aus, damit sie ihr Versprechen, die Lebensqualität ihrer Kundschaft oder ihrer Mitglieder zu verbessern, erfolgreich einlösen können. In einigen Fällen ist jedoch zusätzliche Unterstützung nötig in Bezug auf Organisation, Arbeitsweise und Angebote.

2012 finanzierte Oikocredit über 100 Initiativen im Bereich Beratung und technische Unterstützung („Capacity Building“), um den Bedarf der Partnerorganisationen zu folgenden Themen zu decken:

- Produktentwicklung zur Wertsteigerung
- Marktstudien und strategische Positionierung
- Risikomanagement und Unternehmensführung
- Soziales Wirkungsmanagement
- Landwirtschaftliche Wertschöpfungsketten

Ein erheblicher Teil unserer Beratung und technischen Unterstützung zielt darauf ab, eine höhere Wertschöpfung für Bäuerinnen und Bauern und ländliche Gemeinschaften zu erreichen. In Kenia haben wir z. B. die Schaffung einer Marketing-Zentrale unterstützt, die 200 Milchbäuerinnen und -bauern zugute kommt. In Ghana finanzierten wir Workshops in Betriebswirtschaft und Unternehmensführung. 200 Kaffeebauern und -bäuerinnen in Kolumbien haben von unseren Workshops zur Verbesserung der Kaffeequalität und zur Realisierung von Naturschutzmaßnahmen nach Standards des Fairen Handels profitiert. Mit Beratung und technischer Unterstützung wurden auch die Vermarktung von biologisch-dynamischem Reis auf den Philippinen und die Entwicklung einer Biogasanlage in Bulgarien gefördert.

Allgemeine Standards für das soziale Wirkungsmanagement

Im Juni 2012 führte die Social Performance Task Force (SPTF) die „Universal Standards for Social Performance Management“ (USSPM) ein, zu deren Einhaltung Oikocredit sich verpflichtet hat. Wir sind uns dessen bewusst, dass wir unseren Auftrag nur durch die Arbeit der Mikrofinanzorganisationen erfüllen können, in die wir investieren. Viele dieser Partnerorganisationen können deutlich effizienter werden, wenn sie ihre Produkte und Dienstleistungen besser auf den Bedarf der Kundinnen und Kunden zuschneiden und sicherstellen, dass ihre Produkte in gleichbleibender Qualität angeboten werden. Die USSPM bieten ein Rahmenwerk, um diese Verbesserungen ganzheitlich anzugehen.

Mentoring

2012 startete Oikocredit die zweite Phase ihres Mentoring-Programms für soziales Wirkungsmanagement bei Mikrofinanzinstitutionen. Die beteiligten MFI berichten über Veränderungen in Strategien und Abläufen und über Verbesserungen in wichtigen Bereichen, u. a. in Bezug auf die Reichweite und den Anteil ausfallgefährdeter Kredite. Das Mentoring-Programm verwendet die USSPM als Rahmenwerk zur Verbesserung von Methoden, die sich positiv auf die Kundschaft auswirken sollen.

Ausblick

Unsere Arbeit im sozialen Wirkungsmanagement geht inzwischen in fast allen Oikocredit-Regionen über die Bewerbung und Sensibilisierung bei Partnern hinaus. Wir werden unsere regionalen Strategien für soziales Wirkungsmanagement sowie Beratung und technische Unterstützung im Hinblick darauf überprüfen, wie wir mit begrenzten Mitteln so viele Partnerorganisationen wie möglich unterstützen können.

Mentoring in Ostafrika und Südostasien

Das Mentoring-Programm von Oikocredit wendet sich an Partnerorganisationen in der Mikrofinanz, an lokale Beratungskräfte und an unterstützende Organisationen. Das Programm wurde 2012 in Ostafrika fortgesetzt und auf Westafrika und Südostasien ausgedehnt.

Fünf ostafrikanische Partnerorganisationen nahmen 2012 an unserem Mentoring-Programm teil: die ländlichen Spar- und Kreditgenossenschaften KAWOSA und Musoma, die Mikrofinanzinstitution (MFI) Tujijenge in Dar es Salaam in Tansania sowie die MFI Remode und RUCREF mit Sitz in Kampala in Uganda. Das Programm begann mit einer Schulung für Beraterinnen und Berater sowie Führungskräfte der Partnerorganisationen. Thema war, wie sich Risiken und Chancen für Kundinnen und Kunden so bewerten lassen, dass diese bestmöglich von den Mikrofinanzdienstleistungen profitieren können. Zur Schulung gehörte ein praktischer Einsatz bei der MFI RUCREF, die vor allem Kundinnen und Kunden im ländlichen Raum unterstützt. Die Teilnehmenden bewerteten die Arbeit der MFI und erstellten Pläne zur Umsetzung von Verbesserungsmöglichkeiten, die ihnen aufgefallen waren.

Ein klareres Bild gewinnen

Das Mentoring-Programm hilft Mikrofinanzorganisationen, sich ein klareres Bild zu verschaffen: von den Kunden und Kundinnen, die sie erreichen, von ihren angebotenen Produkten und Dienstleistungen, von deren tatsächlichem Nutzen und beinhaltenen Risiken. Nach einer ersten Bewertung wird ein Aktionsplan aufgestellt, schwerpunktmäßig für die Bereiche, in denen positive Wirkungen schnell bei der Kundschaft ankommen und in denen die Partnerorganisationen ihr eigenes soziales Wirkungsmanagement verbessern können. Die fünf Partnerorganisationen in Ostafrika begannen sofort mit der Umsetzung der Vorschläge, die ihnen die Beraterinnen und Berater gemacht hatten. Letztere unterstützen die MFI mit regelmäßigen Einschätzungen und Ratschlägen.

Die tansanischen Spar- und Darlehensgenossenschaften KAWOSA und Musoma beispielsweise haben erkannt, dass für besonders benachteiligte Gruppen Mitgliedsbeiträge den Zugang zu ihren Angeboten erschweren. Beide beschlossen, für einkommensschwache Menschen eine Gruppenmitgliedschaft anzubieten, bei der die Mitglieder sich die Beiträge teilen können. KAWOSA arbeitete mit bestehenden Spargruppen in den Dörfern, während Musoma neue Gruppen gründete. Beide Genossenschaften fördern besonders die Fähigkeit der Kundschaft, die Sparanlagen besser zu nutzen, auch als Vorsorge für Notfälle.



Workshop zu sozialem Wirkungsmanagement (Nigeria)

Kundenschutz

Tujijenge, die dritte tansanische Partnerorganisation, konzentrierte sich auf die Themen Kundenbewertung, Kundenschutz und das Vermeiden von Überschuldung. Das Personal wurde in der Anwendung der Kundenschutzrichtlinien geschult und darin, das soziale Wirkungsmanagement in alle Planungen einzubinden. Krankheiten und Naturkatastrophen sind große Risiken für die Kundschaft. Tujijenge entwickelte aus diesem Grund eine neue Krankenversicherung und andere Möglichkeiten, die den Kunden und Kundinnen helfen, sich abzusichern. Zudem wird das Informationssystem verbessert, um den Kundenbedarf besser einschätzen zu können.

In Uganda veranlasste das Mentoring-Programm die kleine und ambitionierte MFI Remode, die ihren Schwerpunkt auf städtische Jugend und Ausbildung legt, gegen die finanzielle Ausgrenzung der Menschen in den nahegelegenen Slums anzugehen. Remode bot Gruppendarlehen an und wurde so für neue Kundinnen und Kunden attraktiv.

2012 haben wir das Mentoring-Programm auch in Südostasien eingeführt. Auf den Philippinen hat die Mikrofinanzbranche Erfahrung mit dem sozialen Wirkungsmanagement, so dass die Mentoring-Schulung eher eine Weiterbildung für Fortgeschrittene war. Vier philippinische Organisationen – ASKI, Federation of People's Sustainable Development Cooperatives, Microfinance Council of the Philippines und Seed Finance – und Mitarbeitende der Oikocredit-Büros auf den Philippinen und in Kambodscha nahmen daran teil. Ihre Aufgabe war, die Spar- und Darlehensgenossenschaft Old Santa Mesa zu bewerten und einen Maßnahmenplan zur Verbesserung des sozialen Wirkungsmanagements vorzulegen. Alle teilnehmenden Organisationen haben die Schulung in ihre Arbeit eingebunden und werden fortlaufend von Oikocredit-Mitarbeitenden unterstützt.

In Kambodscha haben wir die Mikrofinanzorganisationen Amret und Samic geschult. Dort fungieren nicht lokale Beratungskräfte, sondern eigene Mitarbeitende als Mentorinnen und Mentoren. Die Erfahrungen aus dem Programm wurden in einem Seminar für Führungskräfte von 15 Partnerorganisationen und über das lokale Mikrofinanznetzwerk verbreitet.

Wichtige Erkenntnisse

Die größte Herausforderung für das Mentoring-Programm waren die konkurrierenden Organisationsprioritäten der teilnehmenden MFI, Beratungskräfte und Organisationen. Es wurde einmal mehr deutlich, wie wichtig es ist, dass die Mikrofinanzorganisationen die soziale Wirksamkeit in ihre Kernstrategie einbinden und nicht zulassen, dass sie mit anderen Themen konkurrieren muss. Ebenfalls wichtig ist eine intensive Unterstützung und Begleitung der Mentorinnen und Mentoren. Beim sozialen Wirkungsmanagement geht es letztlich um die Sensibilisierung und das Engagement von Organisationen und darum, für die Kundschaft Wertschöpfung zu erreichen und sie vor unerwarteten Notfällen zu schützen. Wir hoffen, dass unsere derzeitigen Partnerorganisationen aus dem Programm genauso viel Nutzen ziehen wie die ugandische MFI UGAFODE, die seit der Teilnahme an dem Projekt im Jahr 2011 ihre Reichweite bei den Zielgruppen und ihre Kundenbasis deutlich vergrößert und ihre finanzielle und soziale Leistungsfähigkeit gesteigert hat.

Einkommenschwache Gruppen erreichen

Viele unserer Partnerorganisationen nennen die Verringerung der Armut als soziales Ziel. Mehr als 80 von ihnen nutzen den Progress out of Poverty Index (PPI). Das auf einem Fragebogen basierende Instrument hilft Mikrofinanzinstitutionen (MFI), benachteiligte Menschen gezielter zu erreichen und Veränderungen in deren Lebensbedingungen über einen längeren Zeitraum zu beobachten. Unsere regionalen Geschäftsstellen in Lateinamerika und Asien haben 2007 begonnen, für die Einführung des PPI zu werben. 2012 hat Oikocredit 38 Partnerorganisationen bei seiner Anwendung unterstützt.

Kundschaft unter der Armutsgrenze bei 28 Partnern

Land	Bericht erstattende Partnerorganisationen	% der Kundschaft unter der nationalen Armutsgrenze	% der Bevölkerung unter der nationalen Armutsgrenze	% der Bevölkerung unter der internationalen Armutsgrenze (1,25 USD pro Tag)
Philippinen	7	22%	31%	18%
Kambodscha	3	19%	30%	33%
Indien	7	11%	17%	35%
Kolumbien	2	41%	39%	7%
Ecuador	2	20%	33%	2%
Peru	7	24%	31%	1%

Diese Tabelle bietet einen Überblick über den Anteil der Kundschaft von 28 Oikocredit-Partnerorganisationen in sechs Ländern, der unter der Armutsgrenze lebt. Die Partner befragten 814.030 Mikrofinanzkunden und -kundinnen.

Peru: Schritte aus der Armut messen

Movimiento Manuela Ramos – CrediMujer in Peru ist eine Oikocredit-Partnerorganisation, die Mikrofinanzdienste für über 18.000 Frauen in Städten und ländlichen Gebieten bereitstellt. Die Organisation hatte den Progress out of Poverty Index (PPI) 2009 genutzt, um Profile aller neuen Kundinnen zu erstellen und verwendete ihn 2012 erneut bei einer stichprobenartigen Auswahl von 81 Kundinnen ihrer Zweigstelle La Libertad, die alle 2009 schon einmal befragt worden waren. Mitarbeitende suchten die Interviewerinnen und Interviewer aus und begleiteten die Durchführung.

Anhand der Daten, die der Index über einen längeren Zeitraum liefert, lässt sich erkennen, ob und inwieweit die Kundinnen die Armutsschwelle überwinden konnten. CrediMujer registrierte, dass acht der 20 Kundinnen, deren Einkommen bei der Befragung 2009 unter der peruanischen Armutsgrenze lag, drei Jahre später die Armutsgrenze überschritten hatten. Das bedeutete, dass 2012 nur noch 15% unter dieser Grenze lebten, während es 2009 noch 25% waren. Im selben Zeitraum hat sich die Zahl der Frauen mit einem Einkommen, das mindestens das Doppelte der nationalen Armutsgrenze betrug, von 20 im Jahr 2009 auf 28 im Jahr 2012 erhöht.

Befragungen anhand des PPI-Fragebogens zeigten auch Verbesserungen der Lebensbedingungen in den einzelnen Haushalten. 2009 lebte weniger als die Hälfte der Kundinnen in einem Haus mit Zement-, Parkett- oder Fliesenboden, und mehr als die Hälfte wohnten auf Böden aus Lehm, Holz oder anderen Materialien (oder waren obdachlos). 2012 hatten fast drei Viertel der Frauen einen Zement-, Parkett- oder Fliesenboden, 24 hatten ihren Bodenbelag verbessert, und vier Frauen waren umgezogen. 25 der befragten Kundinnen verfügten 2012 über mindestens ein Zimmer mehr als 2009. Die Zahl der Frauen, die in einer Ein- oder Zweizimmerwohnung lebten, sank von 33 auf 14, während die Zahl derjenigen mit mindestens drei Zimmern von 48 auf 67 stieg. Auch der Zugang zu Informationen verbesserte sich: Nur ein Haushalt hatte 2012 noch kein Farbfernsehgerät, während es 2009 noch neun gewesen waren.

Auch wenn die Stichprobe, die Movimiento Manuela Ramos - CrediMujer durchführte, nicht als repräsentativ für ganz Peru gelten kann, zeigt sie, dass zwischen 2009 und 2012 einer Gruppe von Kundinnen in ihrem Kleinstkreditprogramm kontinuierlich Schritte aus der Armut gelangen.



CARD, Philippinen

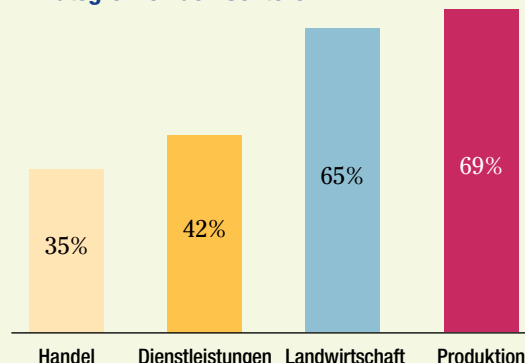
Erhebung zur Reichweite in Guatemala

SHARE in Guatemala ist eine der 21 Oikocredit-Partnerorganisationen in Mittelamerika, die an einem PPI-Pilot mit Unterstützung der regionalen Oikocredit-Geschäftsstelle teilnahmen. SHARE bietet Mikrofinanzdienstleistungen für kleine und ländliche Unternehmen. Der ersten stichprobenartigen Erhebung relevanter Daten von 411 Kundinnen und Kunden aus sieben verschiedenen Filialen lag eine Gesamtkundschaft von 8.438 zugrunde (Stand: Mai 2012).

Ergebnis war, dass 49% der Kundschaft, ebenso viele Frauen wie Männer, unter der nationalen Armutsgrenze lebten und 51% darüber. Das entspricht der Verteilung im nationalen Durchschnitt. Der höchste Prozentsatz derer, die unterhalb der Armutsgrenze leben, findet sich in der Landwirtschaft und im produzierenden Gewerbe.

Künftig wird Oikocredit voraussichtlich sieben Partnerorganisationen in der Region beim systematischen Einsatz des PPI-Fragebogens zur Beobachtung von Veränderungen im Armutsniveau der Kundschaft unterstützen.

Anteil der Kundschaft von SHARE unter der Armutsgrenze nach Sektoren



Gesundheit und Mikrofinanz: ein ganzheitlicher Ansatz

Krankheit kann für arme Menschen große wirtschaftliche Rückschläge zur Folge haben. Die unerwarteten Kosten belasten die Betroffenen, oft auch ganze Familien. Um Lösungen zu finden, hat sich Oikocredit in Peru und Ecuador mit der internationalen Non-Profit Organisation Freedom from Hunger zusammengetan. Gemeinsam mit fünf Oikocredit-Partnerorganisationen in den Anden und in Kooperation mit lokalen Unternehmen aus dem Bereich Gesundheitswesen entwickelte Freedom from Hunger ein Konzept, das Gesundheitserziehung, Kredite, Sparmöglichkeiten und Mikroversicherungen kombiniert. Ziel ist es, Produkte und Dienstleistungen anzubieten, die Familien davor schützen, das, was sie sich mit ihrer Arbeit aufgebaut haben, durch Krankheit zu verlieren.

Die am Programm beteiligten Oikocredit-Partner starteten die Zusammenarbeit mit Freedom from Hunger im Jahr 2011. Zunächst wurden die Anliegen und Bedürfnisse der Kundschaft im Gesundheitsbereich untersucht, ein entsprechendes Angebot festgelegt und Kontakt zu lokalen Anbietern aus dem Gesundheitsbereich gesucht. Als Prioritäten wurden ermittelt:

- Bildungsarbeit und Sensibilisierung zu Gesundheitsfragen
- Partnerschaften mit lokalen Gesundheitsanbietern
- Bereitstellung gesundheitsbezogener Finanzprodukte, einschließlich Sparmöglichkeiten
- Verbesserung von Versicherungsprogrammen

Bisher haben vier Mikrofinanzinstitutionen mit insgesamt über 80.000 Kundinnen und Kunden ein oder mehrere gesundheitsbezogene Produkte in ihr Angebot aufgenommen. Dazu gehören Gesundheitserziehung, Sparanlagen und Kredite für medizinische Versorgung. Drei dieser Partnerorganisationen erreichen mindestens 5% ihrer Kundschaft mit den neuen Produkten. Ihre Programme sollen wiederholt und vergrößert werden. Bis Mai 2013

hatten 6.678 Kundinnen und Kunden an Gesundheitsschulungen teilgenommen und 17.117 Menschen nutzten Sparmöglichkeiten und Kredite für medizinische Versorgung oder hatten zumindest Zugang dazu.

Eine der beteiligten Partnerorganisationen hat sich bereits verpflichtet, das Gesundheitsprogramm langfristig fortzusetzen und auszubauen. Man will Möglichkeiten prüfen und nutzen, mit Anbietern des staatlichen Gesundheitswesens zusammenzuarbeiten, die auch abgelegene ländliche Gebiete aufsuchen. Ferner sollen gesundheitsbezogene Finanzierungsprodukte, u. a. Sparmöglichkeiten und Mikroversicherungen entwickelt und neue Lehrprogramme zur Gesundheitserziehung integriert werden. Die Partnerorganisationen sind an Treffen interessiert, um untereinander Erfahrungen und Erkenntnisse auszutauschen und um Ideen für Problemlösungen und die Wiederholung der Programme zu sammeln.



Förderung von Frauenunternehmen

2008 beteiligten sich Oikocredit und elf ihrer Partnerorganisationen an einem Forschungsprojekt zur Mikrofinanz für menschenwürdige Arbeit, organisiert von der internationalen Arbeitsorganisation (ILO). Ziel des Programms, das 2012 abgeschlossen wurde, war es, die Auswirkungen verbesserter Arbeitsbedingungen auf die Lebensbedingungen der Mikrofinanzkundschaft zu messen. Oikocredit unterstützte die Auswahl der Partnerorganisationen und die Analyse von zwei Studien, von denen eine sich mit der Mikrofinanzinstitution IMON in Tadschikistan befasste.

IMON suchte neue Wege, um Unternehmensgründungen durch Frauen voranzutreiben. Da die gewerblichen Aktivitäten von Frauen im Land spürbar zurückgingen, wollte IMON genauer wissen, welche finanziellen und nicht-finanziellen Dienstleistungen Frauen brauchen. Außerdem wollte die MFI ihre Kapazitäten zur Unterstützung der weiblichen Kundschaft verbessern und die Beziehungen zu ihrem Gründungsmitglied, dem Unternehmerinnenverband in Tadschikistan, stärken.

Die Innovationsmaßnahme von IMON innerhalb des Forschungsprojekts hatte zwei Bestandteile: Schulungen zur Unternehmensgründung für Frauen und Existenzgründungskredite. Die ILO schulte 37 Mitarbeitende in einem geschlechterspezifischen Schulungsmodul für potenzielle Unternehmensgründerinnen. IMON ihrerseits gab das Training an 486 Frauen weiter und startete ein Kreditprogramm für Existenzgründerinnen. Die Auswirkungen

des Programms wurden anhand einer Stichprobe ausgewertet. 906 Frauen wurden im Vergleich mit einer Kontrollgruppe aus der bestehenden Kundenbasis befragt. Ergebnis: Verbesserungen bei der selbstständigen Beschäftigung; Erweiterung bestehender Geschäftstätigkeit und mehr Unternehmensgründungen von Frauen, die sowohl an der Schulung teilgenommen als auch einen Existenzgründungskredit erhalten hatten; stärkere Inanspruchnahme der Dienstleistungen und eine etwas geringere Ausstiegsrate bei neuen Kundinnen gegenüber der Kontrollgruppe. Die Maßnahme hat die Unternehmerinnen bisher jedoch noch nicht genügend gestärkt, um ihre Teilhabe an wichtigen Entscheidungen im Haushalt zu verbessern und Gewinne in ihre Betriebe zu reinvestieren.

IMON hat die Maßnahme erweitert und bietet Existenzgründungskredite, die sich als finanziell tragfähig erwiesen haben, jetzt als reguläres Produkt für Frauen an. Insgesamt nahmen 2.164 Frauen zwischen 2009 und Mitte 2012 im Rahmen des Programms an Unternehmensführungs-Schulungen teil. 1.285 Existenzgründungskredite wurden vergeben. IMON will 2013 weitere 1.200 Frauen schulen. Auch die Oikocredit-Partnerorganisation selber hat von der Maßnahme profitiert. Sie hat ihre Kapazitäten zur Bereitstellung finanzieller und nicht-finanzieller Dienstleistungen für Frauen verbessern können und die Zahl eigener Schulungskräfte erhöht. IMON ist auch darüber hinaus aktiv: Die MFI hat eine Abteilung für nicht-finanzielle Dienstleistungen eingerichtet, Schulungen für finanzielle Grundbildung entwickelt, eine neue Gleichstellungsstrategie erstellt und Anreize für Mitarbeitende geschaffen, mehr Frauen mit Existenzgründungskrediten zu erreichen.

Genossenschaftlicher Markt bringt vielfachen Nutzen



Cocovico, Côte d'Ivoire

Die Mitglieder von Cocovico, einer Oikocredit-Partnerorganisation in Abidjan, Côte d'Ivoire, sind hauptsächlich Marktfrauen, die Lebensmittel wie Obst, Gemüse, Fleisch, Fisch und Gewürze verkaufen. Mit Unterstützung von Oikocredit hat Cocovico eine moderne Markthalle für Genossenschaftsmitglieder und andere Händler und Händlerinnen gebaut. Inzwischen werden in der 2008 eröffneten Halle auch Kleidung, Kosmetika, Taschen, Schuhe, Schmuck, Elektronik- und Haushaltsgeräte verkauft.

2012 untersuchte Oikocredit, welchen Nutzen der Markt den Händlerinnen und Händlern, ihren Haushalten und dem sozialen Umfeld gebracht hat, und verglich die Ergebnisse mit einer Studie aus dem Jahr 2009. Gespräche mit den Leiterinnen der Genos-

senschaft und eine stichprobenartige Befragung langjähriger und neuerer Händlerinnen und Händler – 4/5 sind Frauen – belegten den Nutzen der Halle eindeutig.

Händlerinnen und Händler, die schon länger dort aktiv sind, verzeichneten im Schnitt zwischen 2009 und 2012 deutlich steigende Umsätze und Gewinne. Sie haben im und durch den Markt Erfahrungen gesammelt und sind erfolgreicher geworden. Die Zahl derer, die Gewinne wieder in ihr Unternehmen investierten, vergrößerte sich. 2012 hatten mehr Händlerinnen und Händler Zugang zu Krediten als 2009.

Genossenschaftsmitglieder erzielten höhere Gewinne als Nichtmitglieder. Durch die Markthalle wurden 42 neue Arbeitsplätze in den Bereichen Verwaltung, Sicherheit, Mieteneinzug und Hygiene geschaffen. Es gibt einen Schlafsaal, ein Alphabetisierungszentrum und ein Gesundheitszentrum, das allerdings noch nicht in Betrieb ist. Während der Krise nach den Wahlen in Côte d'Ivoire im Jahr 2010 und trotz der Umsatzrückgänge von Cocovico 2011 ging es dem Markt besser als anderen in Abidjan, und er zog viele neue Händlerinnen und Händler an, die seine Einrichtungen und seine relative Sicherheit nutzen wollten.

Die Cocovico-Markthalle hat zur Armutsbekämpfung beigetragen. Dennoch sind weitere Herausforderungen zu bewältigen: die Verringerung der Kosten für den Erwerb von Läden und Ständen, die Eröffnung des Gesundheitszentrums, die Verbesserung der Hygienebedingungen, Wartung, Kommunikation mit den Händlerinnen und Händlern und der Zugang zu regulären Krediten.

Unterstützung von **Brancheninitiativen** und **Plattformen**

Oikocredit arbeitet aktiv in verschiedenen Initiativen, Plattformen und Netzwerken mit, die Standards für soziales Wirkungsmanagement in der Mikrofinanzbranche festlegen und verbessern wollen. Wir haben mit strategischen Partnerschaften in der Mikrofinanz ausgezeichnete Erfahrungen gemacht und durch sie Inspiration und Orientierung für unseren Ansatz des sozialen Wirkungsmanagements erhalten.

Kundenschutzrichtlinien – Client Protection Principles (CPP)

Als Mitglied des Lenkungsausschusses der SMART Campaign setzt sich Oikocredit aktiv für die Kundenschutzrichtlinien ein, entwickelt sie weiter und arbeitet Bewertungsleitlinien aus. Die Kundenschutzrichtlinien sind kontinuierlich überarbeitete Mindeststandards. Kundinnen und Kunden sollten sie erwarten können, wenn sie Verträge mit Mikrofinanzanbietern eingehen. Dazu gehören die Gestaltung und Bereitstellung von angemessenen Produkten, die Vermeidung von Überschuldung, Transparenz und verantwortungsvolle Preisgestaltung, eine faire und respektvolle Behandlung, der Schutz der Kundendaten und ein gutes Beschwerdemanagement.

Unser Ziel ist es, dass alle Partnerorganisationen diese Richtlinien übernehmen. Wir überprüfen deren Einhaltung sorgfältig und verpflichten unsere Mikrofinanzpartner vertraglich zur Anwendung der Kundenschutzrichtlinien. Mehrere Mitarbeitende wurden als Gutachter für die Kundenschutzrichtlinien geschult. Über 180 Oikocredit-Partnerorganisationen nahmen 2012 an CPP-Workshops teil. Mehr als 50 von ihnen führten auch Selbstbewertungen durch. Wir unterstützen das Kundenschutz-Zertifizierungsprogramm der Smart Campaign, über das Mikrofinanzinstitutionen (MFI) ihr Engagement für ihre Kundschaft öffentlich belegen können, indem sie ihre Kundenschutzstandards unabhängig bewerten lassen.

www.smartcampaign.org

MFTransparency

Oikocredit unterstützt MFTransparency seit der Gründung der Initiative im Jahr 2008. Sie setzt sich für Preistransparenz in der Mikrofinanzbranche ein und bietet ein Instrument, mit dem sich die realen Kosten von Mikrokrediten im Lauf der Zeit berechnen lassen. Oikocredit verwendet dieses Instrument und unterstützt MFTransparency bei der Suche nach Kooperationspartnern für die Erstellung detaillierter Länderberichte.

www.mftransparency.org

Richtlinien für Investoren in der Entwicklungsfinanzierung (PIIF)

Mit einer Gruppe gleichgesinnter Investoren haben wir unter der Leitung der UN-Sonderberaterin für Entwicklungsfinanzierung, Königin Máxima der Niederlande, ein Rahmenwerk für verantwortliches Investment (PIIF) entwickelt. Wir arbeiten ebenso an den Vorgaben für dessen Umsetzung und die Berichterstattungsverfahren mit.

www.unpri.org/piif

Progress out of Poverty Index (PPI) – Messzahl für die Verringerung der Armut

Unsere regionalen Geschäftsstellen in Lateinamerika und Asien fördern bei ihren Partnerorganisationen die Nutzung des PPI, der von der Grameen Foundation entwickelt wurde. Der PPI beinhaltet zehn Fragen zur Erfassung des Armutsgrads. Er hilft den MFI, ihre Kundschaft genau auszuwählen. Wird er über mehrere Jahre angewendet, liefert er Informationen darüber, ob die Kundinnen und Kunden den Weg aus der Armut schaffen. 2012 unterstützte Oikocredit 38 Partnerorganisationen bei der Anwendung des PPI. Inzwischen arbeiten über 80 Partner mit diesem Instrument.

www.progressoutofpoverty.org

Soziale Leistungsindikatoren (SPI)

Unsere regionalen Geschäftsstellen setzen zunehmend Bewertungsinstrumente für soziales Wirkungsmanagement wie z. B. soziale Leistungsindikatoren (SPI) ein. Die von der französischen Organisation CERISE entwickelten SPI bieten einen umfassenden Rahmen zur Bewertung der sozialen Strategie einer Organisation, ihrer Verfahren zur Umsetzung dieser Strategie und der Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen. Es werden die wichtigsten Bereiche bewertet, die sich auf die soziale Leistungsfähigkeit einer Organisation auswirken. Unsere Geschäftsstellen in Mexiko, Mittelamerika und der Karibik haben bei 91 von 105 Mikrofinanzpartnern SPI-Daten erfasst und nutzen die Ergebnisse, um den Dialog mit Partnern voranzutreiben und diese besser zu unterstützen.

www.cerise-microfinance.org

Social Performance Task Force (SPTF)

Die SPTF hat weltweit mehr als 1.300 Mitglieder aus allen an der Mikrofinanz beteiligten Gruppen. Als Mitglied der SPTF beteiligt sich Oikocredit an der Entwicklung von Standards für das soziale Wirkungsmanagement. Bis Ende 2012 war Oikocredit einer von zwei Investorenvertretern im Lenkungsausschuss der SPTF. Im Juni 2012 führte die SPTF die „Universal Standards for Social Performance Management“ (USSPM) als Rahmenwerk ein, das einen standardisierten Ansatz zur Verbesserung des sozialen Wirkungsmanagements in der gesamten Branche bietet.

www.sptf.info

Studie zur Kundenüberschuldung in Kambodscha

In Kambodscha gibt es über eine Millionen Mikrofinanzkundinnen und -kunden. Da die starke Konkurrenz zwischen kambodschanischen MFI und die Kundenüberschuldung Oikocredit Bedenken bereiten, führte Oikocredit in Zusammenarbeit mit Branchenkollegen eine Studie zu den Erfahrungen und der Wahrnehmung der Kreditkundschaft in 44 „Mikrofinanz gesättigten“ Dörfern durch. Dabei wurde auch untersucht, wie die Kreditvergabe durch MFI und Mehrfachkredite zur Überschuldung beitragen können. Die Studie lässt erkennen, dass Kundinnen und Kunden mit mehreren Krediten häufiger Rückzahlungsschwierigkeiten hatten. Sie kommt zu dem Schluss, dass die Mikrofinanzbranche die Marktdurchdringung und Mehrfachkredite in jedem Fall lokal überwachen und Leitlinien entwickeln sollte, um Überschuldung zu verhindern. Zudem sollten MFI die Zahl der Kredite pro Person begrenzen und ihre Verfahren zur Bonitätsprüfung verbessern, um sicherzustellen, dass die Kunden und Kundinnen ihre Darlehen auch zurückzahlen können.

www.oikocredit.org

Unser Konzept

Oikocredit ist einer der größten mit Privatkapital arbeitenden Finanziers in der Mikrofinanzbranche. Wir stellen über zwischengeschaltete Mikrofinanzinstitutionen in Entwicklungsländern weltweit Kredite für Kleinunternehmen bereit. An Handelsgenossenschaften, Fairhandelsorganisationen und kleine und mittlere Unternehmen vergeben wir direkte Kredite.

Wir bieten unseren Anlegerinnen und Anlegern einen doppelten – finanziellen und sozialen – Gewinn. Sie erhalten nicht nur einen moderaten finanziellen Ertrag, sondern können auch sicher sein, dass ihr Geld mit dem Ziel eingesetzt wird, die Armut zu bekämpfen, den Fairen Handel zu unterstützen und die natürlichen Ressourcen unseres Planeten zu bewahren.

Soziales Wirkungsmanagement ist eine der wichtigsten Aufgaben von Oikocredit. Es ist entscheidend, den sozialen Gewinn zu messen und nachzuweisen, denn wir wollen wissen, wie unsere Investitionen positive Veränderungen bewirken. Insbesondere geht es uns darum, Menschen auf dem Land und landwirtschaftliche Projekte zu erreichen und Frauen zu stärken.

Oikocredit hat 854 Partner in fast 70 Ländern. Die Nähe zu unseren Partnern und die genaue Kenntnis der lokalen Märkte gewährleisten wir durch ein Netz von einheimischen Mitarbeitenden.

Über 35 Jahre erfolgreicher Arbeit haben uns darin bestätigt, dass Finanzierungen ein wirksames Mittel zur Entwicklungsförderung sind.

Krankenversicherung für einkommensschwache Menschen

Die Union des Caisses du Partenariat pour la Mobilisation de l'Épargne et le Crédit au Senegal (UM-PAMECAS) ist eine Mikrofinanzinstitution (MFI) im Senegal. Sie entstand 2000 aus einem fünf Jahre zuvor gestarteten internationalen Hilfsprogramm für kleine Spar- und Kreditgenossenschaften. Inzwischen ist UM-PAMECAS die zweitgrößte MFI im Senegal. Die MFI bietet Sparmöglichkeiten und Kreditprodukte für über 500.000 Mitglieder, Kunden und Kundinnen und beschäftigt über 500 Mitarbeitende, die Hälfte davon Frauen. 2005 richtete UM-PAMECAS eine Sozialstiftung ein, die einkommensschwachen Haushalten Zugang zu einer bezahlbaren Krankenversicherung und zu anderen Sozialleistungen ermöglicht. UM-PAMECAS arbeitet seit 2008 mit Oikocredit zusammen. Das erste Darlehen, 1 Million Euro, wurde vor allem für die Ausweitung des Angebots in ländliche Gebiete verwendet. Ein zweiter Kredit in gleicher Höhe im Jahr 2012 hat zur Weiterentwicklung des Unternehmens und seiner Produkte beigetragen. Oikocredit Westafrika hat UM-PAMECAS im Februar 2013 für die hohe Qualität ihres sozialen Wirkungsmanagements und für ihre Innovationsmaßnahmen ausgezeichnet.



UM-PAMECAS, Senegal

WWW.OIKOCREDIT.ORG

**OIKO**
CREDIT
in Menschen investieren

Oikocredit International

T +31 33 422 40 40

F +31 33 465 03 36

E info@oikocredit.org

Berkenweg 7

3818 LA Amersfoort

Niederlande

Postfach 2136

3800 CC Amersfoort

Niederlande

Dieses Dokument wurde von der Oikocredit, Ecumenical Development Cooperative Society U.A. (Oikocredit International) mit größter Sorgfalt und nach bestem Wissen und Gewissen zum Zeitpunkt der Ausarbeitung erstellt. Bei den in diesem Dokument geäußerten Auffassungen handelt es sich um Meinungen von Oikocredit International zum Zeitpunkt der Ausarbeitung. Sie können sich jederzeit ohne Vorankündigung ändern. Oikocredit International übernimmt keine Garantie für Inhalt oder Vollständigkeit des Textes und haftet nicht für Verluste, die aus der Nutzung dieser Informationen entstehen könnten. Dieses Dokument ist ausschließlich zu Informationszwecken und zur Nutzung durch die EmpfängerInnen bestimmt. Es stellt kein Angebot und keine Empfehlung zum Kauf oder Verkauf von Finanzinstrumenten oder Bankdienstleistungen dar und entbindet die EmpfängerInnen und Empfänger nicht von der Pflicht, sich ein eigenes Urteil zu bilden. Dieses Dokument oder Auszüge daraus dürfen nur mit schriftlicher Genehmigung von Oikocredit International reproduziert werden.



Mixed Sources
Product group from well-managed
forests, and other controlled sources
www.fsc.org Cert no. SCS-COC-004415
© 1996 Forest Stewardship Council