



**Soziale  
Veränderungen  
unterstützen**

# Zahlen und Fakten

Stand: 31. Dezember 2013

## Das Projektfinanzierungsportfolio

- betrug 2013 591 Millionen Euro, wovon 94 Millionen Euro in einkommensschwachen Ländern (Pro-Kopf-BNE ≤ 1.035 USD) investiert waren
- beinhaltete Kredite und Kapitalbeteiligungen für 815 Partnerorganisationen in 67 Ländern

## Mikrofinanz

Gut 82 % des Projektfinanzierungsportfolios – 483 Millionen Euro – sind in der Mikrofinanz investiert. Die Vergabe erfolgt über 566 Genossenschaften, Finanzinstitutionen ohne Banklizenz oder Banken, die verschiedene Finanzprodukte anbieten, sowie über Finanzierungen für kleine und mittlere Unternehmen (KMU) und institutionelle Banken.

- Oikocredit investiert weiterhin vorrangig in kleine Mikrofinanzinstitutionen (MFI), die weniger als 10.000 Kreditnehmerinnen und Kreditnehmer haben (53 %)
- Unsere Mikrofinanz-Partnerorganisationen erreichen 28 Millionen Menschen, 2,8 Millionen von ihnen werden direkt mit Finanzierungen von Oikocredit erreicht
- 81 % der erreichten Kundschaft sind Frauen
- 29 % der Kundinnen und Kunden sind im Handel tätig, 24 % in der Landwirtschaft, 24 % im Dienstleistungssektor, 10 % im produzierenden Gewerbe und 12 % in anderen Bereichen
- 47 % der Kundinnen und Kunden leben in ländlichen Gebieten
- 50 % der Mikrofinanzpartner haben eine Gleichstellungsstrategie
- 50 % der Mikrofinanzpartner haben eine Umweltschutzstrategie

## Produzierendes Gewerbe und Dienstleistungen

Gut 18 % des Projektfinanzierungsportfolios – 108 Millionen Euro – gehen an kleine und mittlere Unternehmen (KMU) und Produktionsgenossenschaften, vorwiegend aus den Bereichen Landwirtschaft, Fairer Handel und produzierendes Gewerbe, sowie an soziale Organisationen, die auf kommunaler Ebene Bildungs- und Gesundheitsleistungen bieten.

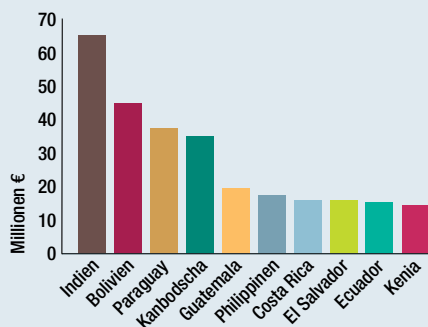
- 249 Partnerorganisationen in verschiedenen Sektoren, v. a. in der Landwirtschaft
- 59 % Landwirtschaft und Viehzucht
- 19 % Handel und Warenherstellung
- 12 % Gesundheitswesen und Bildung
- Oikocredit unterstützt 80 Fairhandelsorganisationen
- 101 Partnerorganisationen im produzierenden Gewerbe und Dienstleistungssektor setzen sich aktiv für Umwelt- und Klimaschutz ein
- 29 % der Partnerorganisationen im produzierenden Gewerbe und Dienstleistungssektor haben eine Gleichstellungsstrategie und 70 % haben eine Umweltstrategie

**Titelbild:** Rosaline Male aus Benin verkauft Lebensmittel auf dem Markt der Kommune d'Abomey-Calavi. Ihren ersten Kredit bekam sie 2010 vom Oikocredit-Partner PEBCo, um ihr Geschäft auszubauen. Mit dem Gewinn baute die Mutter von vier Kindern mehrere Häuser, die sie vermietet, und eröffnete weitere Geschäfte. PEBCo ist die Mikrofinanzabteilung der Nichtregierungsorganisation BETHESDA. Sie wurde 1995 gegründet, um Sparmöglichkeiten und Kreditprodukte sowie nicht-finanzielle Angebote, wie z. B. Beratung und Schulungen für einkommensschwache und wirtschaftlich aktive Kleingruppen und Verbände bereitzustellen.

# 2013 in Grafiken

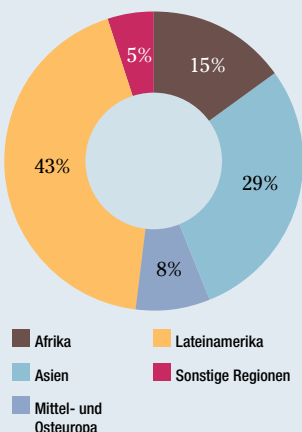
## Länder mit den höchsten Finanzierungssummen

Stand 31. Dezember 2013



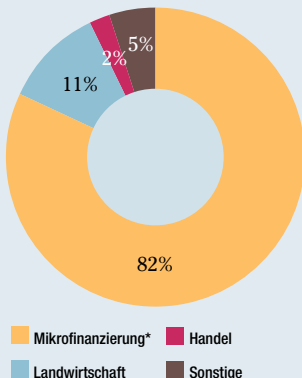
## Finanzierung nach Regionen

Stand 31. Dezember 2013



## Finanzierung nach Sektoren

Stand 31. Dezember 2013



\* Finanzierung von Mikrokrediten, KMU und Banken

# Soziale Verbesserungen bewirken

Wir wollen dazu beitragen, die Lebensbedingungen benachteiligter Menschen zu verbessern und arbeiten mit denen zusammen, die dieses Ziel teilen. Partnerorganisationen erhalten von uns nicht nur finanzielle Unterstützung, sondern auch Beratung und Schulungen. In gemeinsamen Prozessen klären wir, wo Verbesserungen nötig und möglich sind und helfen den Partnern, die erforderlichen Kompetenzen aufzubauen. Was wir wollen, ist ein noch stärkeres Wirkungsmanagement im Blick auf soziale und finanzielle Ziele.

Um unsere eigene positive soziale Wirksamkeit und die unserer Partnerorganisationen zu verbessern, haben wir 2009 eine spezielle Abteilung für soziales Wirkungsmanagement eingerichtet. Fünf Jahre später hat die spezialisierte Mikrofinanz-Ratingagentur Planet Rating unsere soziale Investitionsstrategie, unser soziales Wirkungsmanagement und unseren Beitrag zu sozialen Veränderungen als „ausgezeichnet“ bewertet. Wir sind ehrlich stolz auf dieses Prädikat, wissen aber auch, dass es noch viel zu lernen und zu verbessern gibt.

Wir stehen zu unserem Versprechen, einen Beitrag zur Verbesserung von Lebensbedingungen zu leisten. Dabei reicht es nicht aus, nur die Arbeit der Partnerorganisationen zu beobachten. Wir müssen auch verstärkt darauf achten, wie es deren Kundenschaft und den Zielgruppen geht. Beobachtung und Begleitung, das sogenannte Monitoring, sind deshalb bei Oikocredit ein fester Bestandteil des sozialen Wirkungsmanagements. Für das Jahr 2013 haben 609 Partnerorganisationen Daten zur sozialen Leistungsfähigkeit vorgelegt. Damit haben 94 % der Partner Informationen geliefert, so viele wie nie zuvor. Zum Monitoring gehört, die Reichweite der Partnerorganisationen zu erfassen sowie ihre Produkte und Dienstleistungen und ihren Umgang mit den Endkundinnen und Endkunden.

Der vorliegende Bericht gibt einen Überblick über die sozialen Ergebnisse des Oikocredit-Portfolios. Entwicklungen von Reichweite und Praktiken des sozialen Wirkungsmanagements wurden über längere Zeiträume beobachtet und anhand jährlich erhobener Daten ermittelt. Außerdem haben wir Empfehlungen aus dem Bericht von Planet Rating umgesetzt und u. a. die sozioökonomischen Indikatoren der Weltbank und der Vereinten Nationen verwendet. Wir haben zudem neue Indikatoren aufgenommen, um erheben zu können, wie und in welchem Umfang sich die Arbeit unserer Mikrofinanzpartner in Bezug auf Armut und Beschäftigung auswirkt. Für Partnerorganisationen im produzierenden Gewerbe und Dienstleistungssektor gibt es gesonderte Indikatoren in Bezug auf soziale Ziele, Fairen Handel und „grüne“ Partner.

In Zukunft möchten wir die Daten von Erhebungen durch den Progress out of Poverty Index (PPI) noch zuverlässiger erfassen und nutzen. Um bewerten zu können, ob die Partnerorganisationen ihre sozialen Ziele erreichen, werden wir die Daten, die sie bereits erheben, künftig noch präziser analysieren. Außerdem werden wir weiterhin Konzepte zur Wirkungsanalyse und zur Messung von Ergebnissen prüfen und erproben. Und wir werden die Partnerorganisationen bei der Analyse und Nutzung ihrer eigenen Daten beraten und unterstützen.

## David Woods

Vorstandsvorsitzender Oikocredit International

## Ging Ledesma

Direktorin für Soziales Wirkungsmanagement und Kreditanalyse



Fachleute für soziales Wirkungsmanagement aus der internationalen Geschäftsstelle und den Oikocredit-Regionalbüros.

# Einen regelmäßigen Austausch

**Wir setzen uns dafür ein, dass Menschen ihre Lebensbedingungen verbessern können und arbeiten mit Organisationen zusammen, die dieses Ziel teilen.**

Das Wirkungsmanagement von Oikocredit beginnt mit einer sorgfältigen Auswahl von Partnerorganisationen, die unsere sozialen Werte teilen. In der Zusammenarbeit sollen die Partner in die Lage versetzt werden, die gemeinsamen Ziele zu erreichen. Gleichzeitig wollen wir unsere eigene soziale Leistungsfähigkeit verbessern. Unsere Arbeit soll dreifachen Gewinn bringen: sozialen, ökologischen und finanziellen.

## Auswahl nach sozialen Kriterien

Um bei der Auswahl von potenziellen Partnern im Finanzbereich deren Umweltverträglichkeit, soziale Leistungsfähigkeit und verantwortungsvolle Unternehmensführung besser überprüfen zu können, führte Oikocredit 2010 die sogenannte ESG-Scorecard in ihren Auswahlprozess ein. Deren Inhalt wurde inzwischen zweimal überarbeitet und verbessert. Im Allgemeinen hatten die Oikocredit-Partnerorganisationen die besten Ergebnisse in den Bereichen „Nutzen und Wohl der Kundschaft“ und „soziale Wirksamkeit und Unternehmensführung“. Weitere Informationen zur ESG-Scorecard finden Sie unter [www.oikocredit.de/wirkungsmanagement](http://www.oikocredit.de/wirkungsmanagement).

## Reichweite

Oikocredit möchte ihre Präsenz in Afrika verstärken, da die Menschen dort kaum Zugang zu Finanzdienstleistungen haben. Der Anteil Afrikas an den ausstehenden Projektfinanzierungen betrug 2013 wie im Vorjahr 15 %. Die Investitionen in Ländern mit geringem Einkommen und in den am wenigsten entwickelten Ländern nahmen sowohl absolut als auch anteilmäßig zu. Die ausstehenden Projektfinanzierungen in Ländern mit geringem Einkommen erhöhten sich 2013 von 78 Millionen auf 94 Millionen Euro (14 % auf 16 %), die Projektfinanzierungen in den am wenigsten entwickelten Ländern stiegen von 66 auf 76 Millionen Euro.

Oikocredit blieb einer der größten Investoren im Mikrofinanzsektor und unterstützte doppelt so viele Partnerorganisationen und Länder wie andere Investoren. Seit vielen Jahren zeigt das Mikrofinanz-Portfolio von Oikocredit ein stabiles Wachstum ohne größere Schwankungen. Auch der Kapitalzufluss wuchs stabil, dank der vielen privaten und institutionellen Anlegerinnen und Anleger (52.000).

Allgemeine und finanzielle Indikatoren	2013	2012	2011	2010
Summe ausstehender Projektfinanzierungen	594 Mio. €	530 Mio. €	520 Mio. €	481 Mio. €
Portfolio Mikrofinanzinvestitionen	483 Mio. €	420 Mio. €	410 Mio. €	388 Mio. €
Portfolio Produzierendes Gewerbe und Dienstleistungen	108 Mio. €	110 Mio. €	110 Mio. €	93 Mio. €
Gesamtvolumen neuer Kredite	296 Mio. €	234 Mio. €	211 Mio. €	214 Mio. €
Durchschnittliche Kredithöhe pro Partner	1.281.965 €	958.000 €	828.000 €	769.000 €
Anzahl der Partner	815	854	896	863
Anzahl der Mikrofinanzpartner	566	583	616	598
Anzahl der Länder	67	67	67	71

Soziale Leistungsindikatoren	2013	2012	2011	2010
Durch Mikrofinanzpartner erreichte Kundschaft	28 Mio.	28 Mio.	25,5 Mio.	29,3 Mio.
Durch Oikocredit-Finanzierungen erreichte Mikrofinanz-Kundschaft <sup>1</sup>	2,8 Mio.	1,7 Mio.	1,6 Mio.	1,2 Mio.
% weibliche Mikrofinanz-Kundschaft	81 %	84 %	83 %	86 %
% Mikrofinanzpartner mit Gleichstellungsstrategie	50 %	42 %	38 %	42 %
% ländliche Mikrofinanz-Kundschaft	47 %	56 %	53 %	50 %
Anzahl der Partner im produzierenden Gewerbe und Dienstleistungssektor	249	271	280	265
Anzahl der „grünen“ Partnerorganisationen	101	98	-	-
Anzahl der Genossenschaften	285	290	272	262
Beschäftigte bei Partnern im produzierenden Gewerbe und Dienstleistungssektor	46.607 <sup>2</sup> (31.144 feste Stellen)	37.438 <sup>2</sup> (20.556 feste Stellen)	39.323 <sup>2</sup> (24.083 feste Stellen)	77.671 <sup>3</sup> (60.918 feste Stellen)
% Partner im produzierenden Gewerbe und Dienstleistungssektor mit Umweltstrategie	70 %	72 %	73 %	55 %

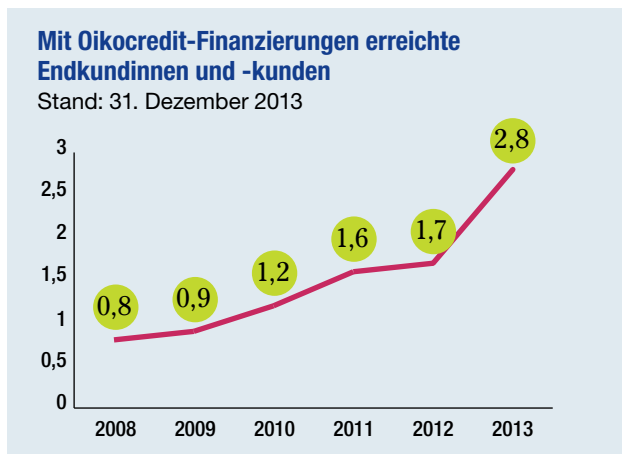
<sup>1</sup> als Proxy-Indikator wird die Zahl der erreichten Endkundschaft mit dem relativen Anteil multipliziert, den Oikocredit an der Finanzierung des Kreditportfolios der Mikrofinanzpartner hat

<sup>2</sup> ausschließlich direkt beschäftigte Arbeitskräfte

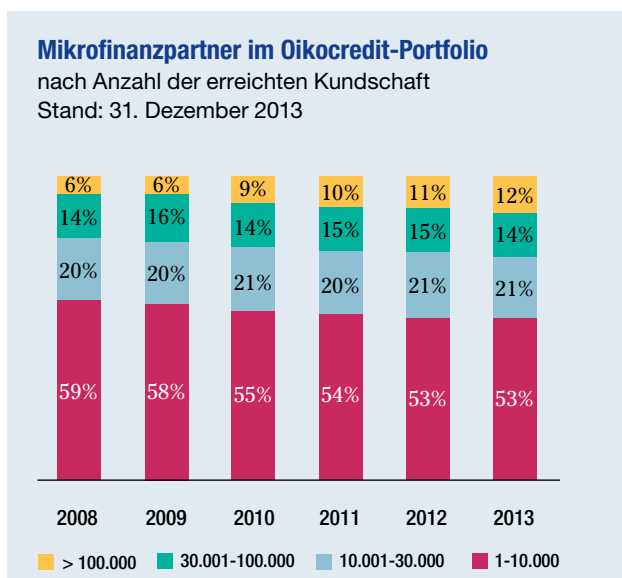
<sup>3</sup> einschließlich indirekter Beschäftigung

# ermöglichen

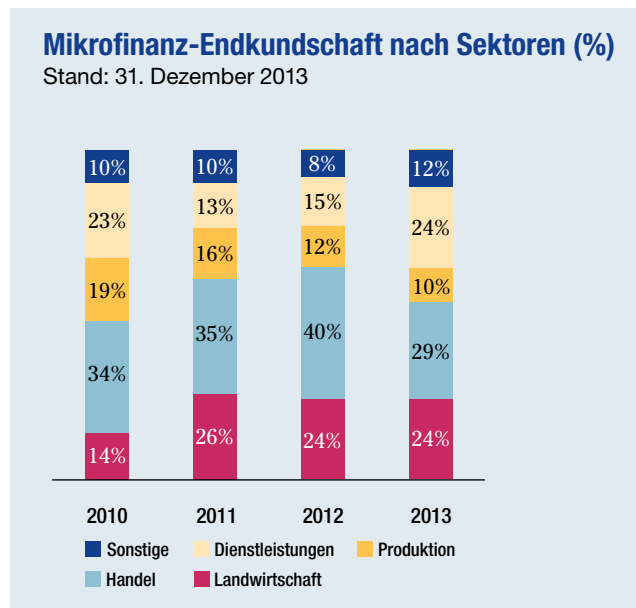
## Reichweite bei der Mikrofinanz-Kundschaft



Oikocredit möchte so viele benachteiligte Menschen wie möglich erreichen. 2013 erreichten die Mikrofinanz-Partnerorganisationen 28 Millionen Endkundinnen und -kunden. Im Vergleich zum Vorjahr blieb die Reichweite in allen Regionen relativ stabil. Mit den Oikocredit-Finanzierungen alleine wurden 2,8 Millionen Endkundinnen und -kunden direkt erreicht. Die durchschnittliche Kundenbindungsrate der Mikrofinanzpartner lag 2013 bei 71 %.



Verglichen mit anderen Investoren arbeitet Oikocredit mit relativ kleinen Organisationen zusammen. 2013 hatten über 50 % der Mikrofinanzinstitutionen, in die Oikocredit investierte, weniger als 10.000 Kundinnen und Kunden.



Ihrem sozialen Auftrag gemäß will Oikocredit gezielt mehr Frauen und mehr Menschen in ländlichen Gebieten erreichen. Dennoch ist der Anteil der weiblichen Kundschaft 2013 von 84 % auf 81 % gesunken. Das liegt hauptsächlich daran, dass bei den afrikanischen Partnerorganisationen dieser Anteil um 11 % (von 83 % auf 72 %) zurückging.

Auch der Prozentsatz ländlicher Kundschaft verringerte sich 2013 von 56 % (2012) auf 47 %, den geringsten Anteil seit 2008. Den stärksten Rückgang gab es in Indien, wo der Anteil der Kundschaft auf dem Land 2013 von 61 % in 2012 auf 44 % zurückging. Grund war die geringere Anzahl von Partnerorganisationen, die nur auf dem Land aktiv sind (52 gegenüber 74).

Oikocredit unterstützt die Landwirtschaft indirekt über Mikrofinanzinstitutionen. 2013 waren 24 % der von Oikocredit-Mikrofinanzpartnern erreichten Kundinnen und Kunden in der Landwirtschaft aktiv. Der deutliche Zuwachs bei den Mikrokrediten für landwirtschaftliche Aktivitäten im Jahr 2011 hat sich 2012 und 2013 konsolidiert. Während der Prozentsatz der Endkundschaft im Handel von 39 % auf 29 % sank, erhöhte sich der Anteil der Anbieter von Dienstleistungen von 14 % auf 24 %.

# Monitoring der sozialen Auswirkungen

## Mikrofinanzportfolio

### Entwicklungsziele

Als wichtigste Entwicklungsziele ihrer Organisationen für 2013 nannten unsere Mikrofinanzpartner, wie schon im Jahr zuvor, das Wachstum ihres Geschäfts (80 %), die Armutsbekämpfung (63 %) und die Schaffung von Arbeitsplätzen (42 %).

### Arbeitsplätze schaffen

Oikocredit hat 2013 erstmals Daten zur Beschäftigung erhoben. Mit ihrer Hilfe können wir uns ein genaueres Bild machen, wie unsere Partnerorganisationen zum Millenniums-Entwicklungsziel „menschenwürdige Arbeit“ beitragen. Von 566 Finanzinstitutionen nannten 188 die Schaffung von Arbeitsplätzen als eines ihrer Entwicklungsziele, 108 legten Daten zur Beschäftigung vor. Durchschnittlich sind 77 % der Endkundschaft selbstständig. In Asien und Lateinamerika war der Anteil der Selbstständigen mit 87 % und 75 % am höchsten.

### Rechenschaft ablegen und Wirkungsmanagement anwenden

Ein wachsender Teil der Partnerorganisationen übermittelte Finanz- und Sozialdaten an MIX Market, weniger Partner unterzogen sich Sozialratings. Außerdem stieg die Zahl der Partner, die sich zur Einhaltung der Kundenschutzrichtlinien verpflichteten und eine Befragung zur Kundenzufriedenheit durchführten (71 % bzw. 60 %). In den Oikocredit-Kreditverträgen ist festgelegt, dass Partner, die sich noch nicht offiziell zur Einhaltung der Kundenschutzrichtlinien verpflichtet haben, dies innerhalb eines Jahres nachholen müssen.

### Überschuldung analysieren

Als sozial verantwortlicher Investor will Oikocredit ihre Partner darin unterstützen, Finanzierungen verantwortungsbewusst zu vergeben. Dazu gehört, sich eingehend mit dem Thema Überschuldung zu befassen. Die International Finance Corporation (IFC) und Oikocredit haben gemeinsam eine Studie in Kirgisistan durchgeführt, um besser zu verstehen, ob und wie Mikrofinanzkundinnen und -kunden von Überschuldung betroffen sind. Insgesamt 4.000 Kunden und Kundinnen wurden für die Studie befragt. Erfasst wurden nicht nur Einkommen, Schulden und Zahlungsrückstände, sondern auch Informationen in Bezug auf die Rückzahlung. Die Ergebnisse, die in Kürze veröffentlicht werden, machen deutlich, dass es wichtig ist, die Rückzahlungsmodalitäten sowie die subjektive Wahrnehmung von Schulden zu betrachten.

### Zinssätze für Mikrofinanzkundinnen und -kunden

Wir prüfen die effektiven Jahreszinssätze, die unsere Mikrofinanz-Partnerorganisationen ihren Kundinnen und Kunden berechnen. Grundlage sind die Datenblätter von MFTransparency zu 351 Partnerorganisationen, für die 2012 und 2013 Oikocredit-Finanzierungen bewilligt wurden. Der Einblick in die Daten hilft uns nachzuvollziehen, welche Faktoren die Zinssätze bestimmen. Mit diesem Wissen können wir, wenn nötig, gezielter auf die Zinsgestaltung unserer Partnerorganisationen einwirken. Der durchschnittliche effektive Jahreszins aller Oikocredit-Partner beträgt einschließlich aller Gebühren und Pflichtspareinlagen 35 %.

## Mikrofinanzpartner: Ratings, Datenübermittlung an MIX Market und soziales Wirkungsmanagement

	2013	2012	2011	2010
Übermitteln Daten zu sozialen Wirkungen an MIX	52 %	45 %	43 %	37 %
Übermitteln Finanzdaten an MIX	62 %	55 %	53 %	55 %
Unterzogen sich Sozialratings	23 %	25 %	23 %	20 %
Unterzogen sich Finanzratings	48 %	52 %	48 %	48 %
Verpflichteten sich zur Einhaltung der Kundenschutzrichtlinien	71 %	59 %	50 %	44 %
Führten eine Befragung zur Kundenzufriedenheit durch	60 %	57 %	45 %	28 %



COCAFAL, Honduras

## Produktions- und Dienstleistungsportfolio

Oikocredit investiert direkt in sozial orientierte Unternehmen, die im produzierenden Gewerbe und im Dienstleistungssektor aktiv sind. Dazu gehören u. a. landwirtschaftliche Betriebe und Importunternehmen, Genossenschaften, Hochschulen und Krankenhäuser. Durch diesen Teil des Portfolios soll die lokale Wirtschaft auf direkterem Wege unterstützt werden, z. B. durch die Schaffung menschenwürdiger Beschäftigungsmöglichkeiten und die Förderung von Fairem Handel und Bio-Landwirtschaft.

Das Produktions- und Dienstleistungsportfolio wuchs zwischen 2006 und 2011 von 71 auf 110 Millionen Euro und blieb dann auf diesem Niveau. 2013 verzeichneten wir eine Stabilisierung der Investitionen in die Landwirtschaft.

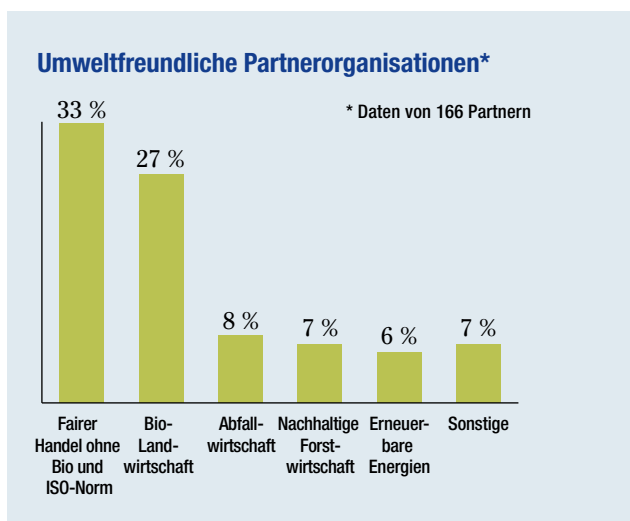
### Anzahl der abhängig Beschäftigten

Die von Oikocredit finanzierten sozial orientierten Unternehmen beschäftigten insgesamt 47.000 Personen. Es ist ein positives Zeichen, dass die Zahl der festen Stellen gestiegen ist. Im Zeitraum 2010 bis 2013 wurden die meisten Arbeitsplätze im Gesundheits- und Bildungswesen geschaffen, gefolgt vom Handel. In der Landwirtschaft beobachteten wir sinkende Zahlen, es entstanden weniger neue Arbeitsplätze. Dies mag daran liegen, dass in der Landwirtschaft hauptsächlich Erwerbsmöglichkeiten für Selbstständige im informellen Sektor entstehen. Unsere Partnerorganisationen haben mit ihrer Arbeit schätzungsweise 315.000 Bäuerinnen und Bauern erreicht.<sup>1</sup>

### Entwicklungsziele

Schaffung von Arbeitsplätzen, Armutsbekämpfung und umweltgerechte Entwicklung wurden von den Partnern im produzierenden Gewerbe und Dienstleistungssektor am häufigsten als Entwicklungsziele genannt. Vor allem die Partnerorganisationen in der Landwirtschaft verfolgten diese Ziele neben der Entwicklung des Fairen Handels und der Wertschöpfungsketten.

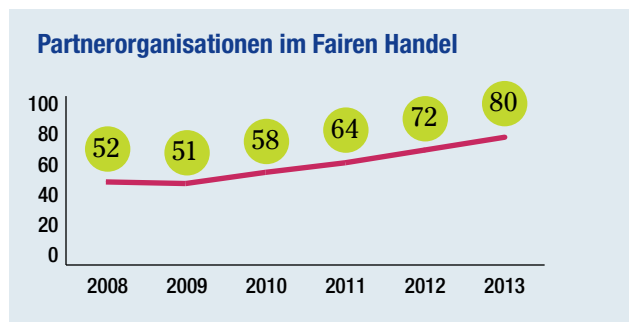
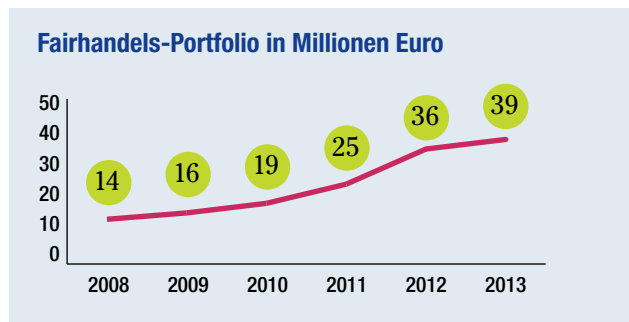
### „Grüne“ Partnerorganisationen



Von 249 Partnerorganisationen im produzierenden Gewerbe und Dienstleistungssektor waren 101 Oikocredit-Partner aktiv in der Förderung und Verbesserung des Umwelt- und Klimaschutzes. Mehr als ein Drittel der Partner, die Bericht erstatteten (166 von 249 Partnern insgesamt), sind „grüne“ Partnerorganisationen. Die meisten von ihnen sind Produzentenorganisationen im Fairen Handel, gefolgt von Organisationen, die in Bio-Landwirtschaft, Abfallwirtschaft, nachhaltiger Forstwirtschaft und erneuerbaren Energien tätig sind. Die Kategorie „Sonstige“ umfasst u. a. Wasserwirtschaft und Sanitärprojekte.

<sup>1</sup> In diesen Angaben sind die Aktivitäten von Twin Trading und Café Direct nicht enthalten. Sie erreichen indirekt 680.000 Bäuerinnen und Bauern.  
<sup>2</sup> Diese Angaben beinhalten alle Partner, die eine der international anerkannten Zertifizierungen im Fairen Handel haben, z. B. FLO, Rainforest Alliance, UTZ, FSC, ECO, Café practices, GAP. Nicht enthalten sind Partner, die eine Bio-Zertifizierung (z. B. IMO, Biolatina, ECOCERT, Control Union, CERES) und ISO 14001 oder ähnliche Klassifizierungen (z. B. ISO 9001, ISO 20000, OSHAS, FDA, HCCP) haben.  
<sup>3</sup> Die niedrigeren Punktzahlen für Eigentümerschaft und Unternehmensführung kommen v. a. aufgrund von fehlenden Beschwerdeverfahren für Mitarbeitende bei vielen Partnern im produzierenden Gewerbe und Dienstleistungssektor zustande.

### Fairer Handel



Fairer Handel und Bio-Zertifizierung tragen dazu bei, dass unsere Partnerorganisationen eine nachhaltige Entwicklung fördern, indem sie bessere Handelsbedingungen bieten, menschenwürdige Arbeitsbedingungen ermöglichen und umweltfreundliche Produktionsprozesse fördern. 80 Oikocredit-Partnerorganisationen (33 %) hatten mindestens eine Fairhandels-Zertifizierung.<sup>2</sup> Von den zertifizierten Partnern hatten 53 % ihren Sitz in Peru, Guatemala, Nicaragua und Ecuador. Die Zahl der Fairhandelspartner stieg vor allem in Lateinamerika.

Unsere Partner hatten verschiedene Nachhaltigkeits-Siegel für Fairen Handel und Bio-Qualität und waren nach ISO-Normen zertifiziert. Die meisten zertifizierten Partnerorganisationen hatten zwei oder mehr Siegel, am häufigsten FLO-CERT (Fairtrade) und Bio-Siegel. Allerdings hatten nur wenige Partner die gesamte Produktlinie zertifiziert. Im Durchschnitt waren 59 % des Produktionsvolumens zertifiziert.

### ESG-Verfahren

Seit November 2012 wurden 54 Partnerorganisationen mithilfe der zweiten Fassung der ESG-Scorecard für Partner im produzierenden Gewerbe und Dienstleistungssektor bewertet. Aus den Angaben wurde ersichtlich, dass die Partner eine ganze Reihe Verfahren in Bezug auf Umwelt, Reichweite und Verantwortung einhalten, ebenso im Hinblick auf genossenschaftliche Entwicklung und Entwicklungsprojekte. In geringerem Maße traf das in Bezug auf Eigentümerschaft und Unternehmensführung zu.<sup>3</sup>

Anhand der ESG-Scorecard können wir Partnerorganisationen nach den zu erwartenden negativen ökologischen Auswirkungen und Gefährdungen des Ökosystems verschiedenen Kategorien zuordnen. Projekte der Kategorie A haben voraussichtlich erhebliche ökologische Auswirkungen und erfordern eine zusätzliche Bewertung. Projekte der Kategorie B haben mäßige ökologische Auswirkungen. Projekte der Kategorie C haben nur begrenzte oder indirekte ökologische Auswirkungen. 52 % der Partnerorganisationen sind in Kategorie C eingeordnet, 46 % in Kategorie B, nur ein Partner zählt zu Kategorie A.

# Oikocredit-Partner nutzen den PPI

2013 nutzten 134 Oikocredit-Mikrofinanzpartner ein Instrument zur Armutsmessung, 125 legten Daten vor zu Kundinnen und Kunden, die unter der Armutsgrenze leben. Ein wichtiges Instrument war der „Progress out of Poverty Index“ (PPI).

## Anteil armer Menschen an der Kundschaft, ermittelt von einer Untergruppe der Oikocredit-Partner mithilfe des PPI

	% der Kundschaft unter der nationalen Armutsgrenze	% der Kundschaft unter der internationalen Armutsgrenze (1,25 USD/Tag)	% einkommenschwacher Kundschaft (2 USD/Tag)	Zu mindestens einem PPI-Indikator Bericht erstattende Partnerorganisationen	Befragte Kundinnen und Kunden
<b>Asien</b>	<b>16 %</b>	<b>30 %</b>	<b>67 %</b>	<b>32</b>	<b>3.720.967</b>
Indien	15 %	31 %	69 %	14	3.332.425
Kambodscha	18 %	21 %	55 %	5	227.967
Philippinen	25 %	10 %	35 %	11	145.689
<b>Lateinamerika</b>	<b>33 %</b>	<b>11 %</b>	<b>28 %</b>	<b>48</b>	<b>188.187</b>
Kolumbien	41 %	10 %	43 %	4	77.101
Ecuador	25 %	2 %	11 %	5	32.461
Peru	17 %	1 %	-	6	8.740
Dominikanische Republik	9 %	0 %	1 %	2	7.533
El Salvador	38 %	44 %	77 %	5	16.739
Guatemala	21 %	2 %	6 %	6	8.999
Haiti	61 %	-	77 %	1	20
Honduras	27 %	12 %	40 %	5	2.239
Nicaragua	20 %	1 %	1 %	4	1.462
Bolivien	33 %	9 %	28 %	10	32.893
<b>Afrika</b>	<b>35 %</b>	<b>42 %</b>	<b>46 %</b>	<b>4</b>	<b>11.630</b>
Senegal	35 %	42 %	46 %	4	11.630
<b>Gesamt (Dez. 2013)</b>	<b>17 %</b>	<b>30 %</b>	<b>66 %</b>	<b>81</b>	<b>3.905.916</b>

Insgesamt wurden fast 4 Millionen Kundinnen und Kunden befragt.

Zum Auftrag von Oikocredit gehört es, Menschen dabei zu helfen, ihre Lebensbedingungen zu verbessern. Der Progress out of Poverty Index (PPI) ist ein Instrument zur Armutsmessung für Organisationen, die benachteiligte Menschen unterstützen wollen. Es misst den Beitrag, den die Organisationen dazu leisten, das Millenniums-Entwicklungsziel der Beseitigung der Armut zu erreichen. Der PPI besteht aus einem Fragebogen, mit dessen Hilfe ermittelt werden kann, ob ein Haushalt unter oder über einer bestimmten Armutsgrenze lebt. Diese Grenzen sind international auf 1,25 bzw. 2 USD pro Tag festgesetzt oder orientieren sich an der nationalen Armutsgrenze.

Oikocredit unterstützt die Anwendung des PPI seit 2008 durch Beratung und Schulungen. Ab 2014 wird in unserem Monitoring-System erfasst, wie hoch der Anteil armer Menschen an der Kundschaft unserer Partner ist. Der PPI wird am häufigsten in Lateinamerika und Asien eingesetzt. Die Mikrofinanzpartner, die PPI-Daten vorgelegt haben, befragten zusammen fast 4 Millionen Kundinnen und Kunden.

Die Daten zeigen, dass 30 % der Kundschaft der Oikocredit-Partner unter der internationalen Armutsgrenze und 66 % unter der Grenze von 2 USD pro Tag (klassifiziert als geringes Einkommen) lebten. Unter den lateinamerikanischen Ländern hatten unsere Partnerorganisationen in El Salvador und Haiti den höchsten Anteil armer Menschen in ihrer Kundschaft.





# Beratung und Schulungen

Wir bieten unseren Partnern Beratung und Schulungen („capacity building“) als zusätzliche Dienstleistung an, um ihre Kompetenzen im Blick auf finanzielle und soziale Leistungsfähigkeit zu stärken. Mit unserer Unterstützung erreichen sie auf diese Weise mehr unterversorgte Gruppen. Als sozialer Investor wollen wir, dass die Kundschaft unserer Partnerorganisationen nicht nur finanziell, sondern auch sozial gestärkt wird. Diesem Ziel dient unser Beratungs- und Schulungsprogramm als wichtige Ergänzung unserer Finanzierungen.

Im Verlauf des Jahres 2013 bewilligte Oikocredit 130 Anträge auf Beratung und Schulungen, für die wir 3 Millionen Euro aus eigenen Mitteln und externen Zuschüssen bereitgestellt haben. Allein 21 % davon (600.000 Euro) wurden für Partner in Afrika bewilligt. 43 % der Gesamtsumme gingen an landwirtschaftliche Produktionsbetriebe und andere landwirtschaftliche Unternehmen; 28 % wurden zur Verbesserung des Risikomanagements und 21 % zur Verbesserung der Verfahren im sozialen Wirkungsmanagement eingesetzt.

Risikomanagement, Unternehmensführung und Organisationsentwicklung sind Kernbereiche unseres Beratungs- und Schulungsprogramms. Beim Risikomanagement geht es vor allem um die Bewältigung der größten Risiken für die Partner, u. a. in den Bereichen Kredite, Unternehmensführung, Märkte, Wechselkurse, landwirtschaftliche Produktion und interne Rechnungsprüfung. Dazu setzen wir in der Regel Schulungen ein. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer äußerten sich positiv: Die Schulungen vermittelten umfassenderes Wissen. Die meisten Partner reagierten auf die neu gewonnenen Kenntnisse mit neuen Maßnahmen und Aktivitäten. Unser Risikomanagement-Mentoring-Programm in Afrika haben wir 2013 auf Uganda, Tansania, Ghana und weitere Länder ausgedehnt. Ein besonderes Augenmerk liegt bei diesem Programm auf der

Verringerung des Anteils ausfallgefährdeter Kredite (PAR) und der Verbesserung der Kundenbetreuung. Bei der Kakaogenossenschaft Kuapa Kokoo in Ghana boten wir eine Finanzschulung für Führungskräfte an, die nicht im Finanzbereich tätig sind, und eine Schulung zum Thema Unternehmensführung für Vorstandsmitglieder.

Weitere Maßnahmen waren u. a. Schulungen zu Risikomanagement und Unternehmensführung für Mikrofinanzinstitutionen in Bulgarien, Kolumbien und Russland; Risikomanagement-Unterstützung für Partner außerhalb der Mikrofinanz in Südostasien; Entwicklung von Mikroversicherungs-Produkten in sechs mittelamerikanischen Ländern; Marktanalyse und strategische Unterstützung für sozialen Wohnungsbau im Senegal und für Mikrofinanz in Vietnam; und Organisationsentwicklung im Kaffeeanbau in Mittelamerika und der Karibik.

Landwirtschaftliche Wertschöpfungsketten waren 2013 der Beratungs- und Schulungsbereich, der am stärksten wuchs. Die Zahl der Initiativen stieg von drei im Jahr 2012 auf 37. Dazu gehören längerfristige und strategische Programme in der Finanzierung landwirtschaftlicher Wertschöpfungsketten in allen Regionen. Wir stellten technische Unterstützung für 120 kleine Obstanbaubetriebe in Paraguay bereit, analysierten in einer Studie die Risiken für die Tomaten-Wertschöpfungskette im Senegal und unterstützten die Schulung von Ausbildungspersonal für eine Kleinbauerngenossenschaft im Maisanbau in Côte d'Ivoire.

Oikocredit Südostasien organisierte außerdem auf den Philippinen einen Risikomanagement-Kurs in der Landwirtschaft. Die Partner lernten, eine Bestandsaufnahme der Wertschöpfungskette für ihr Produkt zu erstellen und die wesentlichen Risiken von Beschaffung über Finanzierung und Anbau bis hin zu Verarbeitung und Vermarktung festzuhalten.

## Bolivien: Besseres Angebot dank Beratung und Schulung

Der Oikocredit-Partner Fondo de la Comunidad (FONCOM) bietet in der bolivianischen Stadt Cochabamba und ihrer Umgebung Mikrokredite für einkommensschwache Menschen. Größtenteils sind es Unternehmerinnen und Unternehmer, die ihre kleinen oder mittelständischen Betriebe mit einfachsten Mitteln aufgebaut haben. Sie können bei FONCOM auch Sparkonten eröffnen und ihren Zahlungsverkehr abwickeln, etwa ihre Gas- und Stromrechnungen überweisen lassen. In den sieben FONCOM-Filialen arbeiten über 160 Menschen.

2011 stand FONCOM vor einer Herausforderung: Wollte sie mehr Menschen erreichen, musste sie ihr soziales Wirkungsmanagement und ihr Risikomanagement ausbauen. Zudem verlangte die Aufsichtsbehörde Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero von der Finanzbranche, mehr Kredite an produzierende Unternehmen zu vergeben, und zwar besonders in der Landwirtschaft. Anfang 2012 bat FONCOM Oikocredit um Rat. Gemeinsam entwickelte man vier Maßnahmen: 200 junge Unternehmensgründer und -gründerinnen wurden in Zusammenarbeit mit einer Nonprofit-Stiftung geschult, bei der Ausarbeitung von Geschäftsplänen unterstützt und mit Finanzdienstleistungen versorgt, die für sie sonst kaum zugänglich gewesen wären.

Parallel wurden die FONCOM-Beschäftigten trainiert, das Risikomanagement zu verbessern, und das Management-Informationssystem wurde auf Computer umgestellt. Und schließlich wurden neue Kreditangebote zur Agrarförderung, an denen es bislang mangelte, entwickelt und getestet.

All das trug dazu bei, dass FONCOM heute mehr Kunden und Kundinnen erreicht, vor allem in der Landwirtschaft, und für Unternehmerinnen und Unternehmer bessere Dienstleistungen bietet.



Foncom, Bolivien

# Positive Veränderungen durch **Mentoring für soziales Wirkungsmanagement** in Afrika

**Zwischen Februar 2012 und Juli 2013 führte Oikocredit die zweite Runde ihres Mentoring-Programms für soziales Wirkungsmanagement bei afrikanischen Partnerorganisationen durch.**

In der Zusammenarbeit mit Partnern geht es vor allem darum, die Menschen zu erreichen, die arm sind und ausgegrenzt werden, sowie Produkte und Dienstleistungen zu bieten, die der Kundschaft wirklich nutzen, und nicht beabsichtigte Auswirkungen zu vermeiden. Unser Mentoring-Programm hilft den Partnerorganisationen, kundenorientiert, kontinuierlich und in hoher Qualität ihre Produkte und Dienstleistungen anzubieten. Außerdem hilft es ihnen, ihre Organisationskapazitäten auszubauen und ein ausgewogenes Verhältnis zwischen finanzieller und sozialer Leistungsfähigkeit zu finden. Die Erfahrungen aus einem Pilotprojekt, das 2011 mit Mikrofinanzinstitutionen (MFI) in Ostafrika begann, haben wir in die zweite Runde aufgenommen und das Programm erheblich verbessert. Die zweite Runde des Mentoring-Programms in Ostafrika fand zwischen Februar 2012 und Juli 2013 statt. Fünf Partnerorganisationen in Tansania und Uganda waren daran beteiligt.

## Aktionsplan

Am Anfang des Programms stehen Fragen wie „Was tun wir, um Kundinnen und Kunden zu erreichen, ihnen zu nützen und sie zu schützen?“ und „Was können wir besser machen?“ Alle Partner arbeiten mit geschulten externen Mentorinnen und Mentoren daran, Ziele zu präzisieren, Stärken und Chancen zu ermitteln, Verständnis und Engagement der Organisation zu stärken und einen Aktionsplan zu konzipieren und umzusetzen. Dabei werden klare operative Herausforderungen identifiziert, die relativ schnell und leicht umgesetzt werden können und zu einem verbesserten Angebot für Kundinnen und Kunden führen sollen. Grundlage des Programms sind die „Universal Standards for Social Performance Management“, die weltweit im Mikrofinanzsektor eingesetzt werden.

## Ergebnisse

Alle fünf teilnehmenden Organisationen nutzten die Resultate des Mentorings, um neue Maßnahmen zu entwickeln und umzusetzen. Die meisten Partnerorganisationen verbesserten im Anschluss die Kreditbeurteilung und es gelang ihnen, mehr benachteiligte Menschen, Frauen und junge Menschen zu erreichen. Alle fünf MFI verbesserten ihren Verhaltenskodex und ihren Forderungseinzug.



Workshop zum sozialen Wirkungsmanagement in Westafrika



Alide, Benin

Sie gehen nun besser auf Probleme ihrer Kundinnen und Kunden ein, schulden Kredite um, wenn dies notwendig wird, und gestalten die Preise für ihre Produkte und Dienstleistungen angemessen.

Aus Rückmeldungen wissen wir, dass die teilnehmenden MFI den Anteil der Kundinnen und Kunden erhöht haben, die schwer zu erreichen sind. Sie haben flexiblere Kredite eingeführt und mehr Verständnis sowie bessere Lösungen für mögliche Rückzahlungsschwierigkeiten entwickelt. Die Beziehungen zwischen Personal und Kundschaft haben sich verbessert. Die Partner haben zudem kundenfreundlichere Beschwerdeverfahren entwickelt, unterstützen ihre Kundschaft besser darin, ihre Finanzen zu verwalten sowie Mehrfachkredite und Überschuldung zu vermeiden.

In allen Fällen haben Vorstand und Geschäftsführung ihr Bewusstsein und das Verständnis für soziales Wirkungsmanagement geschärft bzw. vertieft. Im Rahmen des Programms wurden vier Mentoren und Mentorinnen aus Tansania und Uganda geschult. Sie bewerteten die Schulung einstimmig positiv: Von dem neu erworbenen Wissen und den erweiterten Kompetenzen werde ihre gesamte Arbeit profitieren.

## Was haben wir gelernt?

Das Mentoring-Programm hat gezeigt, dass das Konzept für unterschiedliche MFI funktioniert. Es setzt Engagement voraus und die Verständigung auf das wesentliche gemeinsame Ziel: mehr Effizienz und Nutzen für die Kundschaft. Der Geschäftsführer oder die Geschäftsführerin und ein Vorstandsmitglied sollten an der ersten Schulung teilnehmen. Außerdem braucht es einen internen Multiplikator, der die Organisation kennt und von Vorstand und Leitung respektiert wird. Die Organisationen sollten sich realistische Ziele setzen und dabei praxisbezogen ihre Stärken und Chancen berücksichtigen. Dadurch können die MFI mit relativ einfachen Schritten die soziale Leistungsfähigkeit im Einklang mit ihren aktuellen Prioritäten verbessern.

Beim Programmkonzept wurde darauf geachtet, Beratung und Schulungen in die laufenden Kontakte mit den Partnern einzubinden. Unsere Länderbüros spielen dabei eine zentrale Rolle. Sie ermitteln vor Ort diejenigen Partnerorganisationen, für die Mentoring nützlich sein kann, und beobachten, wie sie das soziale Wirkungsmanagement in das Tagesgeschäft integrieren. Die Länderbüros helfen bei der Auswahl der Mentorinnen und Mentoren und bewerben den Einsatz von sozialem Wirkungsmanagement bei anderen Akteuren in der Branche.

# Kenia: Vermarktungszentrum für kleinbäuerliche Milchbetriebe erweitert Zugang zu Finanzdienstleistungen

**Gemeinsam mit der kenianischen Mikrofinanzinstitution Moly Credit haben wir den Aufbau eines Vermarktungszentrums für Kleinbäuerinnen und Kleinbauern in der Milchwirtschaft unterstützt.**

Die Mikrofinanzinstitution (MFI) Moly Credit Limited betreibt in Kenia fünf Filialen und hat 15.000 Kundinnen und Kunden mit geringem und mittlerem Einkommen. Wie die meisten kenianischen MFI arbeitete Moly zunächst im städtischen und stadtnahen Umfeld. Moly stellte fest, dass manche Mikrofinanzkundinnen und -kunden bei mehreren Institutionen Kredite aufnahmen und es in einigen Fällen zu Überschuldung und Rückzahlungsschwierigkeiten kam. Moly entschied daher, ihren Tätigkeitsbereich zunehmend von urbanen Regionen auf das Land zu verlegen, auch weil dort die Nachfrage größer war.

Moly wollte Finanzprodukte entwickeln, die dem Bedarf von kleinbäuerlichen Betrieben entsprechen und gleichzeitig die Risiken der Agrarfinanzierung berücksichtigen. Dazu bat die MFI Oikocredit um Unterstützung und Beratung. Gemeinsam wurde ein Probelauf im Bezirk Butere beschlossen, wo rund 60 % der Menschen unter der Armutsgrenze leben. Ein Berater führte eine Bedarfsanalyse durch und befragte die Bauernfamilien, wie sie einen Kredit investieren würden. Die Antwort: in Gartenbau und

Milchkühe. Die Umfrage ergab zudem eine große Nachfrage nach frischer Milch – bei gleichzeitigem Mangel an Milchbauernhöfen.

Ziel des Projekts war der Aufbau einer Wertschöpfungskette und einer Infrastruktur für die lokale Milchwirtschaft. Kernstück: ein neues Vermarktungszentrum, wo die angehenden Milchbäuerinnen und -bauern alles aus einer Hand bekommen: Finanzierung, Kühe, Futter und Medikamente, eine Versicherung und medizinische Versorgung für die Tiere. Eine Genossenschaft, die von Oikocredit und Moly unterstützt wird, nimmt die Milch ab. Das Landwirtschaftsministerium bietet außerdem Schulungen und in Biogasanlagen wird aus Kuhdung Gas zum Kochen und Dünger für den Ackerbau und die Fischzucht gewonnen.

Der Aufbau eines funktionierenden Vermarktungszentrums dauert zwölf bis 18 Monate und die Bäuerinnen und Bauern müssen laufend geschult werden. Viele der Beteiligten nahmen zum ersten Mal einen Kredit auf. Bislang profitieren 800 Bäuerinnen und Bauern vom Vermarktungszentrum. Moly hat das Modell adaptiert, um es auch in anderen Regionen anzuwenden. Die durch das Projekt entstandenen Partnerschaften werden voraussichtlich auch in Zukunft weitergeführt und genutzt. Oikocredit plant in diesem Jahr eine ähnliche Initiative in Ruanda durchzuführen.

## Fachkräfte koordinieren soziales Wirkungsmanagement

**Eine der acht regionalen Beauftragten für soziales Wirkungsmanagement ist Lianna Mora Vargas aus Costa Rica. Sie koordiniert die Aktivitäten in Mexiko, Mittelamerika und der Karibik.**

**Wie würden Sie Ihre Arbeit beschreiben?**

Ich unterstütze die Länderbeauftragten in meiner Region beim sozialen Wirkungsmanagement und im Bereich Beratung und Schulungen. Unser Ziel ist, unsere Partnerorganisationen dabei zu unterstützen, ihre finanziellen und sozialen Leistungen zu verbessern. Wir wollen sie stärken und ihnen helfen, dass sie mehr Menschen erreichen und leichter an Finanzierungen kommen. Wir versuchen, bei Finanz- und Landwirtschaftspartnern Schulungen zur sozialen Wirksamkeit in das Risikomanagement einzubinden. So haben wir z. B. ein Risikomanagement-Programm zum Kaffeerost, ein Pilz, der den Kaffeeanbau gefährdet. Zudem haben wir ein Strategieprogramm, das unseren Partnern zeigt, wie sie soziales Wirkungsmanagement genau angehen können. Zu unseren Schwerpunkten gehört es auch, im Einklang mit unserer Umweltstrategie „grüne“ Unternehmen zu unterstützen.

**Welchen Mehrwert bringen Beratung und Schulungen?**

Wir schulen unsere Partner nicht nur, sondern legen großen Wert darauf, sie auch weiter zu begleiten. Dazu erstellen wir gemeinsam einen Aktionsplan, in dem z. B. festgelegt wird, dass die internen Management-Systeme und die Datenerfassung verbessert werden sollen. Wir sorgen dann dafür, dass die Partner in diesen Bereichen Mentoring und Beratung erhalten. Wir wollen ihnen helfen, das soziale Wirkungsmanagement weiterzuentwickeln

und dadurch bessere Angebote machen zu können. Unser Ziel ist positive soziale Veränderung und wir versuchen, Programme zu entwickeln, die genau das über einen längeren Zeitraum messbar machen. Zurzeit beobachten wir die Reichweite, d. h. wir sammeln Daten zur Kundschaft in ländlichen Gebieten, zu Frauenanteil und Einkommen. Wir erheben diese Daten über einen längeren Zeitraum und erwarten, dass wir nach einiger Zeit sehen können, wie sich die Lebensbedingungen der Menschen verändern.

**Was empfinden Sie bei Ihrer Arbeit als besonders befriedigend?**

Dass wir Aktivitäten anstoßen können, die nicht nur einzelnen Partnern zugute kommen. Ein Beispiel: Mehrere Partner schnitten in Bezug auf Umweltverträglichkeit nicht gut ab. Wir konnten ihnen deutlich machen, dass das ein Schwachpunkt ist und haben dann mit allen gemeinsam einen Maßnahmenkatalog aufgestellt. Wir werden zwei Partner auswählen, die wir dabei unterstützen, CO<sub>2</sub>-neutral zu werden. Die ESG-Scorecard, die zur Auswahl nach sozialen Kriterien eingesetzt wird, hilft uns, eng mit den Partnern zusammenzuarbeiten, einen konstruktiven Dialog



zu führen und die nächsten Schritte festzulegen. Es ist ein unschätzbare Vorteil, vor Ort präsent zu sein, die Herausforderungen zu verstehen und die Partner persönlich zu kennen. Unsere regionale Geschäftsstelle ist jetzt im vierten Jahr in Folge CO<sub>2</sub>-neutral. Wir freuen uns, dass unsere Region ihren CO<sub>2</sub>-Fußabdruck um etwa 20 % verringert hat.

# Unser Konzept

Oikocredit ist eine weltweite Genossenschaft und Finanzinstitution, die nachhaltige Entwicklung fördert, indem sie Kredite, Kapitalbeteiligungen sowie Schulungen und Beratung für Mikrofinanzinstitutionen, Genossenschaften, Fairhandelsorganisationen und kleine und mittlere Unternehmen bereitstellt. Als sozialer Investor wollen wir Menschen darin unterstützen, ihre Lebensbedingungen zu verbessern.

Oikocredit bietet ihren Anlegerinnen und Anlegern einen doppelten – sozialen und finanziellen – Gewinn. Sie erhalten nicht nur einen moderaten finanziellen Ertrag, sondern können sich auch sicher sein, dass ihr Geld mit dem Ziel eingesetzt wird, die Lebensbedingungen armer Menschen zu verbessern, den Fairen Handel zu fördern und die natürlichen Ressourcen unseres Planeten zu schützen.

Soziales Wirkungsmanagement ist eine vorrangige Aufgabe für Oikocredit. Es ist wichtig, den sozialen Gewinn zu messen und nachzuweisen, denn wir möchten sicher sein, dass unsere Investitionen positive Veränderungen bewirken. Wir engagieren uns besonders dafür, Menschen in ländlichen Gebieten und landwirtschaftlichen Projekten zu erreichen, und wir setzen uns gezielt dafür ein, Frauen zu stärken.

Oikocredit hat 815 Partnerorganisationen in fast 70 Ländern. Die Nähe zu unseren Partnerorganisationen und die Kenntnis ihrer Märkte durch unser Netz von Mitarbeitenden vor Ort sind eine wichtige Grundlage unserer Arbeit.

Fast 40 Jahre erfolgreicher Arbeit haben uns gezeigt, dass Finanzierungen ein wirksames Mittel zur Entwicklungsförderung sind.

# Unterstützung von Brancheninitiativen und Plattformen

Oikocredit arbeitet aktiv in verschiedenen branchenweiten 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)

[www.smartcampaign.org](http://www.smartcampaign.org)

## MFTransparency

[www.mftransparency.org](http://www.mftransparency.org)

## Richtlinien für Investoren in der Entwicklungsfinanzierung (PIIF)

[www.unpri.org/piif](http://www.unpri.org/piif)

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

[www.progressoutofpoverty.org](http://www.progressoutofpoverty.org)

## Soziale Leistungsindikatoren (SPI)

[www.cerise-microfinance.org](http://www.cerise-microfinance.org)

## Social Performance Task Force (SPTF)

[www.sptf.info](http://www.sptf.info)

## Soziales Rating: ausgezeichnet

Die spezialisierte Mikrofinanz-Ratingagentur Planet Rating unterzog Oikocredit 2013 einer sozialen Bewertung. Bewertet wurden das soziale Wirkungsmanagement, die soziale Investitionsstrategie, soziale Verantwortung und soziale Veränderungen. Fazit: „Die aktuelle Strategie und Arbeit von Oikocredit lassen darauf schließen, dass sie tatsächlich einen positiven Beitrag zu den angestrebten sozialen Veränderungen leistet, insbesondere in Bezug auf den Zugang benachteiligter Menschen zu Finanzdienstleistungen. Die vorliegenden Daten zeigen, dass Oikocredit hier einen umfangreicheren und tiefgreifenderen Beitrag leistet als andere Mikrofinanzinvestoren. Zudem ist sie eindeutig in Ländern mit niedrigem sozioökonomischem Entwicklungsstand aktiv, in denen die Finanzdienstleistungen unterentwickelt sind.“

[WWW.OIKOCREDIT.ORG](http://WWW.OIKOCREDIT.ORG)



Juni 2014

### Oikocredit International

T +31 33 422 40 40	Berkenweg 7	Postfach 2136
F +31 33 465 03 36	3818 LA Amersfoort	3800 CC Amersfoort
E <a href="mailto:info@oikocredit.org">info@oikocredit.org</a>	Niederlande	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. Die darin geäußerten Ansichten stammen von Oikocredit International und gelten 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 und Empfänger 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.