



Mikrofinanzierung

Kommunikation ist Sicherheit

Der Austausch von Wissen, Information und persönlicher Kenntnis ist nachhaltig produktiv. Insbesondere bei Finanzierungen kann er eine valide Sicherheit bieten. Kommunikation macht es gemeinnützigen Stiftungen leichter, Mikrofinanz in ihre Anlagepolitik einzubeziehen, macht Sinn.

Dort, wo oftmals der Mensch die einzige Sicherheit darstellt, muss man ihn kennen. Deshalb ist die enge Begleitung der Endkunden durch die Kreditsachbearbeiter der Mikrofinanzinstitute (MFI) vor Ort einer der Erfolgsfaktoren wirtschaftlich rentabel arbeitender Mikrofinanzierung. Gleiches gilt, wenn internationale Geldgeber MFIs finanzieren. Für sie sind neben anderen wichtigen Kriterien die persönliche Kenntnis des Kunden und seine internationale Vernetzung von herausragender Bedeutung. Investoren – auch wenn sie im Wettbewerb zueinander stehen – kennen einander und tauschen sich aus. Auch für die MFIs ist Transparenz ein hohes Gut. Mikrofinanzplattformen wie www.cgap.org und www.mixmarket.org bieten ein hohes Maß an weltweit zugänglichem Know-how und Information. Marktteilnehmer aus Europa (www.e-mfp.com) und seit Kurzem auch in Deutschland (www.mikrofinanzwiki.de) vernetzen sich und arbeiten an der Weiterentwicklung des Segments Mikrofinanz.

Für den Anleger ist und bleibt die kritische Nachfrage wichtig. Anbieter, bei denen Mikrofinanz nicht mit der Unternehmensphilosophie und der Geschäftsstrategie übereinstimmt, sind nicht empfehlenswert. Das zeigt sich etwa daran, dass es in Wachstumsphasen keine nachhaltig auf Entwicklung gerichtete Kommunikation mit dem Investmentpartner MFI gibt und bei ersten Anzeichen krisenhafter Entwicklung das Segment fallengelassen wird. Im Übrigen gilt: Von der Professionalität auch in Fragen der Transparenz und Kommunikation darf es keine Abstriche geben. Dies ist wichtiger als jede Unterzeichnung von Verhaltensmaßregeln, die (nur) auf dem Papier gut aussehen.

Unter diesen Voraussetzungen (und einigen mehr!) ist für Stiftungen als Anleger die Mikrofinanzierung zunehmend interessant. Sie korrespondiert oft direkt mit dem Stiftungszweck. Auf den ersten Blick exotische Adressen („Stiftungskapital in Nigeria anlegen?“) und sonst nicht übliche, aber auf das Produkt angepasste Sicherheiten verdecken dabei oft das benennbare Risiko. Auch hier gilt: Gute Kommunikation führt zu guter Entwicklung im Portfolio.

Ass. jur. Michael P. Sommer
Direktor Ausland/Nachhaltigkeitsmanagement
BANK IM BISTUM ESSEN eG
michael.sommer@bibessen.de



Sozialreferent Friedrich Graffe und Kerstin Lehner von der Stiftung Mercator besuchen Kinder, die in München Förderunterricht bekommen und Studentinnen, die mit den Kindern lernen

KURZ & KNAPP

In Deutschland gibt es besonders häufig Projekte, die als „Impulsgeber“ wirken und einer Wachstumslogik folgen. Erfolgreiche Beispiele für solche Ansätze konnten nicht identifiziert werden. Die Wirksamkeit von Stiftungsprogrammen hängt vielmehr von drei fundamentalen Bausteinen ab: 1. der Reduzierung von Problemkomplexität, wonach das bearbeitete Problem so klug und klar abgegrenzt formuliert werden kann, dass es sich für eine Stiftung überhaupt effektiv bearbeiten lässt, 2. ein (Selbst)Verständnis von Stiftungen als Brückenbauern, wonach diese das Problem geringer Ressourcen lösen, indem Sie als „Türöffner“ agieren und der Zielgruppe den Zugang zu benötigten (fremden) Ressourcen öffnen, und 3. kohärentes Programmdesign, wonach Stiftung, Problem und Programm gut zueinander passen und ihre formalen Eigenschaften präzise aufeinander abgestimmt sein müssen. ■

ZUM THEMA

im Internet

www.gulbenkian.pt
www.mercator-foerderunterricht.de
www.csi.uni-heidelberg.de/projekte_sip.htm

in Stiftung&Sponsoring

Lawaldt, Angela / Meyn, Christian: Skalierung von Stiftungsprojekten. Clever investieren – Erfolgreiche Programme verbreiten, S&S RS 3/2010

Thümler, Ekkehard / **Bögelein**, Nicole: Strategies for Impact in Philanthropy. Teil 1: Soziale Wirkung in der Praxis, S&S 5/2010, S. 40

