

EDITORIAL

Liebe Mitglieder,

den ersten Entwurf für dieses Editorial schreibe ich am 13. Juli 2022. Gerade schaue ich aus dem Fenster und sehe, wie die Schulkinder mit ihren Zeugnissen nach Hause eilen und die meisten von ihnen werden die großen Ferien im Urlaub mit den Eltern oder im Zeltlager oder bei den Großeltern genießen.

Wenn Sie dieser Rundbrief erreicht, sind für viele von uns in Niedersachsen und Bremen die Urlaubstage schon vorbei und die Nachrichten aus aller Welt erhalten wieder mehr Aufmerksamkeit. Und eine auch für Oikocredit wichtige Nachricht hörte ich gestern im Radio: Erstmals seit 20 Jahren ist die Parität zwischen dem US-Dollar und dem Euro eingetreten.

Das bedeutet, dass sich für uns die Importe (besonders die Energieimporte), die in Dollar gehandelt werden, wesentlich verteuern. Andererseits können sich Unternehmen, die Ihre Produkte wie Autos oder Maschinen in USA verkaufen, über höhere Einnahmen freuen.

Das bedeutet aber auch, dass die Kredite, die Oikocredit im globalen Süden in der Vergangenheit in Dollar vergeben hat, bei heutiger Rückzahlung einen schönen Gewinn bringen würden. Immerhin sind ja ca. 50 % der ausstehenden Kredite in Dollar vergeben und viele andere Währungen folgen dem Dollarkurs. Das gleiche gilt für die Beteiligungen, die Oikocredit mit einigen Projektpartnern eingegangen ist. Die werden in der Jahresbilanz in Euro umgerechnet und würden somit heute ordentlich an Wert gewonnen haben. Für viele der Oikocredit-Projektpartner ist der steigende Dollar aber auch eine Herausforderung.

Aber das alles ist die aktuelle Situation am 13. Juli 2022. Bis zum Jahresende wird es weiter turbulent zugehen, doch ich bin sicher, dass das Risikomanagement bei Oikocredit International wachsam bleiben wird. Und es zeigt sich wieder: wer das Geschehen bei Oikocredit aufmerksam verfolgt, sieht viele wirtschaftliche und politische Vorgänge auf der Welt aus einer anderen Perspektive!

Eine Ungewissheit wird aber wohl bis zum Jahresende beseitigt sein. Das neue Beteiligungsmodell wird mit großer Wahrscheinlichkeit auf der außerordentlichen Mitgliederversammlung der internationalen Oikocredit Genossenschaft im Oktober beschlossen werden. Damit ist dann das Ende der Anlagepause für unsere Mitglieder



Foto: Jan-Gerd Dierks

in Niedersachsen und Bremen in Sicht. Voraussichtlich ab Januar 2023 werden Sie wieder bei Oikocredit Geld anlegen können, wenn auch in einem geänderten rechtlichen Rahmen.

Als Schatzmeister des Förderkreises bin ich Ihnen sehr dankbar, dass Sie Oikocredit auch in diesen unsicheren Zeiten die Treue halten. Denn es gibt wieder etliche neue Partnerorganisationen, die nur dank Ihrer Genossenschaftsanteile finanziert werden können. Ein Beispiel finden Sie auf Seite 5.

Das wichtigste Partnerland ist weiterhin Indien. Unser Vorstandsmitglied Heinz-Christian Fründ hat sich darüber gewundert und Indien mit anderen Partnerländern und mit China, den USA und Deutschland verglichen. Diese Statistiken haben mich sehr nachdenklich gemacht, daher empfehle ich Ihnen ein genaues Studium seines Zahlenwerkes!

Jan-Gerd Dierks

INHALT

- » Editorial 01
- » Der Wirkung auf der Spur 02
- » Oikocredit in Indien? 04
- » Ivoire Coton 05
- » Neues aus der Geschäftsstelle .. 06

Ein Webinar über Umfragen unserer Partner bei ihren Kund*innen

Der sozialen Wirkung auf der Spur

Gewächshaus und Felder einer Kundin der philippinischen Organisation RPMI, die an der Befragung teilgenommen hat.



Fotos: opmeer reports - oikocredit

Nairobi, Mai 2022: Mitarbeiter*innen von vier Oikocredit-Partnern bei einem Workshop. Auf den Laptops lauter Grafiken: die Ergebnisse einer Umfrage unter Kund*innen. Einer kommentiert begeistert: »Alle sind ganz aufgeregt. Mit einem Klick! Warum geht es den Kund*innen der ersten Filiale so und der nächsten anders? Wie können wir unsere Leistungen verbessern?«

Ich hörte die lebhafteste Äußerung in einem Webinar und verstand, dass das Umfrageprojekt »Outreach to Impact«, zu dem der Workshop gehörte, wirklich etwas Innovatives bietet: Erstmals wird die soziale Wirkung der Mikrokredite von

Oikocredit in systematischer und digitaler Form erfasst. Die Umfrageergebnisse lassen sich leicht analysieren, Probleme der Kund*innen werden sichtbar – eine Grundlage für passgenauere Angebote, um ihre Lebensumstände zu verbessern.

Neu daran ist nicht das Thema Wirkung als solches. Seit Jahren ist ja Wirkungsorientierung in allen Bereichen der Sozialwirtschaft Standard. Mit teils großem Aufwand wird die Wirkung von Maßnahmen gemessen, um den Erfolg zu dokumentieren und die Qualität zu steigern. Auch Oikocredit führt jährlich Umfragen bei Partnern durch und veröffentlicht einen ausführlichen Wirkungsbericht. Ich lese ihn gern und versuche mir zum Beispiel die 542.000 Bäuer*innen vorzustellen, die 2021 durch unsere Partner in der Landwirtschaft erreicht

wurden. Es macht mich zufrieden, dass 89% dieser Partner ihren Kund*innen landwirtschaftliche Schulungen angeboten haben. 2019 waren es erst 75% gewesen.

Aber was wissen eigentlich unsere Partner und Oikocredit wirklich über die Frau, die mit einem kleinen Kredit einen Karren gekauft hat, um ihre Ware zum Markt zu transportieren? Ihr Konto gibt Auskunft, ob sie ihren Kredit zurückzahlen konnte. Aber wie geht es ihr danach? Hat sich die Investition für sie gelohnt? Sind ihr Einkommen und ihre Ersparnisse gestiegen? Haben sich Wohnen, Zugang zu Strom und Wasser, medizinische Versorgung und Bildung für sie und ihre Familie verbessert? Oder sind ihre Verhältnisse trotz allem sogar schlechter geworden, zum Beispiel durch Corona oder ein extremes Naturereignis?

Genau diese Fragen greift das Umfrageprojekt von Oikocredit auf. Das Ziel:

Die Partner von Oikocredit sollen dabei unterstützt werden, die Stimme ihrer Kund*innen zu hören. Wenn sie deren konkrete Situation besser verstehen, können sie mit ihren Finanzdienstleistungen darauf reagieren und die soziale Wirkung ihrer Arbeit verbessern.

Außerdem will die Umfrage zeigen, wie die Situation der Endkund*innen sich im Laufe der Zeit verändert. Sie soll jedes Jahr stattfinden und immer mehr Partner einbeziehen.

Die Kund*innen werden nach ihrer subjektiven Selbsteinschätzung gefragt. Sie können zum Beispiel ankreuzen, ob sich ihr Zugang zur Gesundheitsversorgung in den letzten zwölf Monaten stark verbessert hat oder ein wenig, ob er gleichgeblieben ist oder sich ein wenig oder stark verschlechtert hat. Die Daten können durch objektive Informationen ergänzt werden, die ohnehin zur Verfügung stehen. Aber gerade die subjektiven Einschätzungen der Betroffenen fehlten bisher.

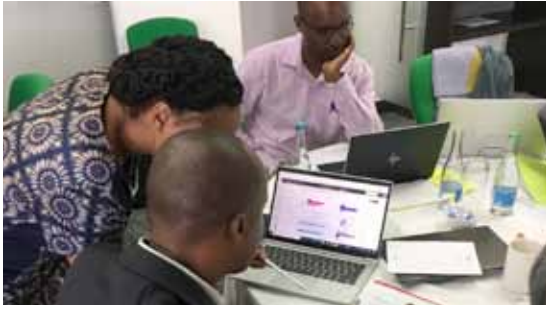
Natürlich haben Partner auch vorher schon Umfragen durchgeführt. Nun werden die Daten erstmalig systematisch und digital erhoben und sind so besser verfügbar für Analyse und Planung. Dazu dienen die nutzerfreundlichen Grafiken, die die Mitarbeitenden im Workshop in Nairobi kennenlernen. Sie zeigten zum Beispiel für Kenia auf einen Blick, wie unterschiedlich sich die Situation der Menschen von Region zu Region entwickelt hat. Der Partner entschied daraufhin, die Umfragedaten mit den Monatsberichten aus den Filialen zu verknüpfen und ein passgenaues neues Produkt auszutüfteln.



Mit diesem Boot erreichte das Team eines philippinischen Partners eine abgelegene Insel und befragte dort Kreditkund*innen.



Teilnehmer*innen eines Workshops zur Kundenbefragung



Auswertung der Daten

Eine Kundin des ugandischen Partners Hofokam Ltd. mit ihren Milchkühen

»Outreach to Impact« begann 2020. Am ersten Durchgang im Frühjahr 2021 beteiligten sich fünf Finanzdienstleister aus Peru, den Philippinen, Uganda und Kenia. Über 2.500 Kund*innen, darunter auch Analphabet*innenn und Menschen in Regionen ohne Internet, konnten befragt werden. Das Leben war stark von Corona geprägt gewesen. Kaum überraschend, gaben fast zwei Drittel der Befragten an, ihr Einkommen sei gesunken. Bei etwa der Hälfte wurden die Ersparnisse angegriffen. Allerdings nicht überall in gleichem Maße: Es wurden teils überraschende Unterschiede zwischen Ländern und Branchen sichtbar.

Der zweite Durchgang der Umfragen findet gegenwärtig statt und umfasst zwanzig Partner in zwölf Ländern. Die Ergebnisse sollen im November vorgestellt werden. Im Webinar wurde schon angedeutet, dass sich glücklicherweise die Situation der Endkund*innen, die im vorigen Jahr eine Zuspitzung ihrer Alltagsprobleme gemeldet hatten, inzwischen verbessert hat.

Die jungen Projektmanager aus der Oikocredit-Zentrale in Amersfoort, John Callaghan und Ruben Leon, engagierten sich mit Hingabe, um uns Teilnehmende zu informieren und von der Bedeutung der Umfrage zu überzeugen. Es seien bewusst Partner mit eher geringer digitaler Erfahrung ausgewählt worden. Deren Reaktionen seien sehr positiv: »Sie erkannten den hohen Wert der Umfrage für ihre Arbeit, sie fanden die Durchführung weniger aufwändig als erwartet und sie waren überrascht, wie gut die digitale Kommunikation mit den Kund*innen funktionierte.«

In dem Webinar ging es weiter um statistische Ansätze und Methoden, um den Fragenkatalog, den Einfluss der Partner und die Sicherung von wissenschaftlichen Standards, um das flexible technische Befragungstool und die Phasen der Durchführung. Wenn Sie mehr erfahren möchten, rufen Sie mich einfach an! Ich erzähle Ihnen gerne so gut ich kann, was ich aus der Veranstaltung mitgenommen habe. Tel: 0541-18 63 10. Zusammenfassend kann ich sagen: Mir gefällt, dass die Partner die Umfrage nicht aufs Auge gedrückt bekommen, sondern nach ihren Bedürfnissen mitgestalten. Sie werden gefragt: Über welche Gruppe von Kund*innen möchten sie mehr wissen? Haben sie spezielle Fragen an sie? Wie soll die Erhebung vorgenommen werden? John Callaghan und Ruben Leon beschrieben die Zusammenarbeit mit den Partnern als gegenseitiges Lernen.

Viele Nichtregierungsorganisationen machen sich für ein solches partizipatives Verständnis stark, etwa die Mitglieder des VENRO (Verband Entwicklungspolitik und Humanitäre Hilfe), die sich auf eine wirkungsorientierte Arbeitsweise verpflichten, um die Handlungsfähigkeit und Selbstwirksamkeit der Menschen in den Projekten zu stärken. Das Umfrageprojekt von Oikocredit leistet einen besonderen Beitrag, denn es schließt die Partner als Vermittler ein und konzentriert sich nicht nur auf deren Kund*innen. Die Beteiligten auf allen drei Stufen leisten den ihnen zukommenden Beitrag:

Die Kund*innen liefern die Daten zur Selbsteinschätzung und damit die

Grundlage des Projekts. Sie offenbaren die persönliche Wahrnehmung ihrer Lebensumstände. Die Partner steuern das Projekt für ihren Bereich, passen Zielgruppen und Fragen an ihren Bedarf an, sie führen die Umfragen bei ihren Kund*innen durch und überprüfen ihre Finanzleistungen. Das Team von Oikocredit leistet methodische und technische Vorarbeit, es schult die Partner und stellt den Kontakt zwischen ihnen her, es bündelt die Ergebnisse, berichtet darüber und zieht Konsequenzen für die Zukunft des Projekts.

»Outreach to Impact« gehört zu den von Oikocredit-Partnern sehr geschätzten Schulungs- und Beratungsprogrammen, dem Capacity Building, das sie dabei unterstützt, finanziell erfolgreich und zugleich sozial wirksam zu sein. Zur Finanzierung fließen Fördergelder verschiedener Kooperationspartner mit ein.

Übrigens: Das Capacity Building soll mit der aktuellen Neugestaltung von Oikocredit weiter gestärkt und als Aufgabe in der Satzung verankert werden. Oikocredit bewertet die Beratung und Schulung der Partner damit als einen Schlüssel zur sozialen Wirkung ihrer Arbeit.

Bärbel Baum

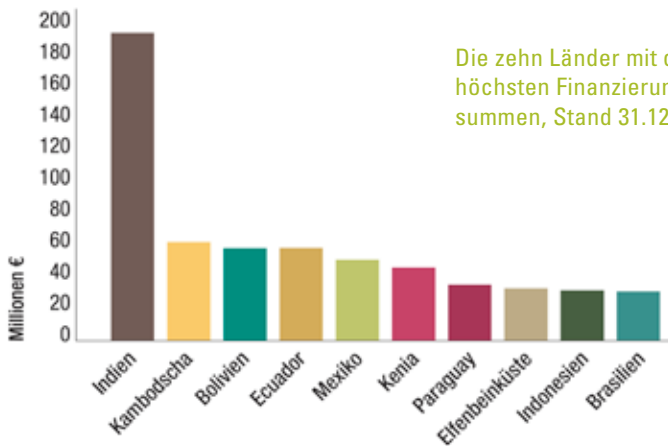
Oikocredit in Indien?



Mirjam 't Lam im Gespräch mit Brij Mohan und Potay Madhavi beim Vorstandstreffen von Maanaveeya



Mirjam 't Lam und Prmaod Panda, Vorstandsvorsitzender von Maanaveeya (Oikocredit-Tochterunternehmen in Indien)



Im Oikocredit-Jahresrückblick für 2021 findet sich – wie immer – eine Darstellung der zehn Länder, in denen Oikocredit am stärksten finanziell engagiert ist. Indien steht mit Abstand an erster Stelle. Mehr als 190 Millionen Euro wurden dort investiert.

Die zehn Länder mit den höchsten Finanzierungssummen, Stand 31.12.2021

moderne Indien zu bekommen, fiel mir erst mal auf, dass es zwar viele Bücher über »China heute«, aber nichts Entsprechendes über Indien gibt. Ich fand einen Roman von Neel Mukherjee »Das Leben in einem Atemzug«, der das prekäre Leben armer Menschen in Indien darstellt – eine verstörende Lektüre.

Also: in Indien gibt es in einigen Regionen eine extrem hohe Siedlungsdichte der Landbevölkerung. Die Landbevölkerung hat aber wenig Zugang zu den zivilisatorischen Errungenschaften des Gesundheitswesens und des Internets, wie die Spalten D bis H der Tabelle zeigen.

Noch dramatischer wird es, wenn wir die Spalten J bis N der Tabelle ansehen. Fast 270 Millionen Menschen müssen in Indien in absoluter Armut um das tägliche Überleben kämpfen. Das sind mehr, als in allen anderen Ländern zusammen. Die vielen Milliardäre in Indien zeigen die extrem ungleiche Verteilung

des Reichtums – wobei allerdings die USA an der Spitze liegen (Gini-Koeffizient Spalte N). Bezieht man die Oikocredit-Investitionen auf die Anzahl der Menschen in absoluter Armut (Spalte P), dann ergibt sich sogar, dass Indien mit 0,75 € pro Einwohner in Armut weniger Oikocredit-Investitionen erhält, als die übrigen Neun.

Trotz Milliardären, Atomwaffen und glänzenden Metropolen ist Indien also sehr wohl ein armes Land im globalen Süden, wo das Engagement von Oikocredit durchaus gerechtfertigt ist.

Heinz-Christian Fründ

Wieso Indien? – habe ich mich gefragt. Indien ist doch eine aufstrebende Weltmacht mit reichen und hoch gebildeten Metropolen, hat Atomwaffen, steht in der Anzahl der Milliardäre an dritter Stelle der Weltrangliste. Wie passt das zusammen? Bei meinem Bemühen, mehr Informationen über das

Also: wie ist Indien?

Länderinformationen gibt es im Internet. Ich habe einige Kennzahlen für die zehn »Oikocredit-Länder« und für China, Deutschland und USA als Vergleich zusammengetragen (s. Tabelle). Indien fällt auf durch die höchste Bevölkerungsdichte. Dabei ist 423 Einwohner/

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P
	Einwohner	E/km²	Migration	Betten	Ärzte	Handy	Server	Internet	t CO2	Arme	Milliardäre	Einkommen	Vermögen	Gini	OI-Invest	Inv/Arme
Indien	1390	423,9	0,16	0,5	0,8	828	5	430	1.763	268,1	166	1.835,00 €	3.042	83,2	199,8	0,75 €
Kambodscha	17	93,6	-2,70	0,9	0,2	1244	1	788	955	1,6		1.341,00 €	2.029	71,8	62,9	40,46 €
Bolivien	12	10,8	-0,98	1,3	1,6	998	15	599	1.888	0,5		2.841,00 €	3.843	76,4	59,6	114,79 €
Ecuador	18	69,8	0,00	1,4	1,0	866	10	646	2.196	1,1		5.014,00 €	6.399	75,9	59,3	53,46 €
Mexiko	130	66,3	-0,76	2,1	2,3	943	125	720	3.449	3,7	15	7.931,00 €	9.944	77,7	51,6	13,95 €
Kenia	55	94,7	-0,19	1,4	0,2	1117	1	295	405	12,1		1.700,00 €	3.553	74,5	51,3	4,24 €
Paraguay	7	17,7	-0,07	0,8	1,4	1089	39	740	1.137	0,1		4.515,00 €	3.887	76,8	36,1	625,00 €
Cote d'Ivoire	27	83,9	1,18	0,4	0,2	1482	0	363	403	6,5		2.072,00 €	n.a.	n.a	33,8	5,20 €
Indonesien	276	144,4	-0,71	1,0	0,4	1287	5	537	2.243	17,8	30	3.500,00 €	1.977	83,3	32,3	1,81 €
Brasilien	214	25,1	-0,19	2,1	2,2	962	124	813	2.030	8,9		6.527,00 €	5.031	84,9	31	3,48 €
China	1400	147,7	-0,11	4,3	1,8	1217	15	704	7.581	25,1	539	10.053,00 €	20.942	70,2		
Deutschland	83	232,5	1,78	8,0	4,2	1292	241	898	7.908	0,0	134	43.155,00 €	35.313	81,6		
USA	331	33,8	3,02	2,9	2,6	1059	1522	909	14.516	3,2	735	59.550,00 €	65.904	85,2		

A = Einwohner in Millionen, B = Einwohner pro km², C = Migrationsrate in Promille (Anzahl Zu- bzw. Abwanderer pro Tausend Einwohner; negative Zahlen: Abwanderung), D = Anzahl Krankenhausbetten pro 1000 Einwohner, E = Anzahl Ärzte pro 1000 Einwohner, F = Anzahl Handys/Smartphones pro 1000 Einwohner, G = Anzahl Internetserver pro 1000 Einwohner, H = Anzahl Internetnutzer pro 1000 Einwohner, I = jährlicher CO2-Ausstoß in Tonnen pro 1000 Einwohner. Erläuterung der Spalten J bis P: J = Millionen Einwohner in absoluter Armut (unter 1,9 US\$ Kaufkraft pro Tag), K = Anzahl der Milliardäre, L = Durchschnittliches Einkommen (Bruttonationalprodukt durch Einwohnerzahl), M = Medianwert des Vermögens eines Einwohners in 1000 US\$, N = Gini-Koeffizient der Vermögensverteilung des Landes (je höher, desto ungleicher), O = Mit Stand 31.12.2021 von Oikocredit in diesem Land investiertes Kapital (»outstanding capital«) in Millionen Euro, P = von OI investiertes Kapital pro armen Einwohner (Spalte O dividiert durch Spalte J).
 Quellen: Laenderdaten.info, Wikipedia, IndexMundi.com – hauptsächlich auf der Basis von Daten der Weltbank; Annual Report 2021 Oikocredit

Gemeinschaften entwickeln sich

Fotos: opmeer reports



Baumwolle, auch das »weiße Gold« genannt, ist ein wichtiges Exportgut für westafrikanische Länder wie Côte d'Ivoire. Der Baumwollanbau hat in vielen Kleinbauerngemeinschaften zu einer besseren Infrastruktur und mehr Arbeitsplätzen geführt, mit positiven Effekten für die Lebensbedingungen vieler Menschen. Dafür engagiert sich auch der Oikocredit-Partner Ivoire Coton.

Gemeinden in Côte d'Ivoire, die erfolgreich Baumwolle anbauen, haben in der Regel eine höhere Alphabetisierungsrate, besseren Zugang zu medizinischer Versorgung und mehr Chancengleichheit für Frauen – vor allem, wenn diese in den gesamten Anbauprozess eingebunden sind. Etliche Menschen konnten durch den Baumwollanbau ihre Lebensumstände verbessern. Jedoch fehlt es vielen Produzent*innen an den erforderlichen Kenntnissen und Ressourcen. Und sie haben keinen Zugang zu den Märkten, auf denen sie ihre Baumwolle verkaufen können.

An der Seite von Kleinbäuer*innen

In Gbon, einer kleinen Stadt im Norden der Elfenbeinküste, baut auch der über 50-jährige Nabe Kobe – sein genaues Alter kennt er nicht – mit seiner Familie auf sechs Hektar Baumwolle an. Daneben kultiviert er auf vier Hektar Mais und auf zwei Hektar Erdnüsse sowie zusätzlich Nahrungsmittel für den Eigenbedarf der Familie. Früher versuchte Kobe mit den Methoden, die er von seinen Eltern gelernt hatte, beim Anbau der Baumwolle über die Runden zu kommen. Seine Ernte verkaufte er an das staatliche Unternehmen »Compagnie Ivoirienne pour le Développement des Textiles«, das die Fasern verarbeitete und vermarktete.

Politische Unruhen und eine boomende Baumwollindustrie führten jedoch Ende der 1990er Jahre zur Privatisierung des Sektors, so dass Kobe und viele andere mit Bergen unverkaufter Baumwolle zurückblieben. Diese schwierige Zeit im Agrarsektor führte 1998 zur Gründung des Unternehmens Ivoire Coton mit dem Ziel, Kleinbauern

Nabe Kobe erntet mit einem Mitarbeiter die Baumwollkapseln.



Die Entkörnungsmaschinen entfernen Rückstände – übrig bleiben die Baumwollfasern

und -bäuerinnen während des gesamten Baumwollanbaus von der Aussaat bis zur Ernte zu unterstützen und die Baumwollproduktion im Land zu steigern. Seit 1998 arbeitet Kobe mit Ivoire Coton zusammen.

Plus für Mensch und Umwelt

Um den Lebensstandard in den ländlichen Gemeinden zu verbessern, fördert Ivoire Coton die Entwicklung der landwirtschaftlichen Betriebe. Die Landwirt*innen erhalten Schulungen und Ausrüstung, um ihre Produktivität sowie die Qualität ihrer Baumwolle zu verbessern. Nach der Ernte der Baumwolle verarbeitet Ivoire Coton das Rohmaterial und vermarktet Halbfertigprodukte an internationale Käufer.

Ivoire Coton engagiert sich auch in Infrastrukturprogrammen, die den Zugang zu Bildung verbessern, hydraulische Bewässerungspumpen bauen und Instand halten, sowie die Alphabetisierungsrate in den lokalen Gemeinden erhöhen. Als Mitglied der Initiative »Cotton made in Africa«, die auch von vielen deutschen Textilunternehmen mitgetragen wird, setzt sich Ivoire Coton für bessere Arbeitsbedingungen, die Stärkung von Frauen oder den Zugang zu sauberem Trinkwasser ein.

Jean-Charles Sigrist, Geschäftsführer von Ivoire Coton, sagt: »Seit der Gründung von Ivoire Coton haben wir uns für positive soziale Wirkung eingesetzt. Wir haben zahlreiche Programme für die Gemeinden entwickelt, die über die eigentliche Wirtschaftstätigkeit der Baumwolle hinausgehen. Wir setzen auch unsere Umweltziele für

Baumwolle: Reif zur Ernte!



eine nachhaltige Baumwollproduktion um, indem wir ein verantwortungsvolles Management unserer Verarbeitungsanlagen, eine effiziente Nutzung der natürlichen Ressourcen und intelligente landwirtschaftliche Techniken anstreben.«

Von der Aussaat bis zur Ernte

Dank der Unterstützung durch Ivoire Coton floriert Nabe Kobes Geschäft. »Mit der Baumwolle kann ich meine Familie gut versorgen«, sagt er. Kobe beginnt die Saison mit der Aussaat der Baumwollsaamen, die er kostenlos von Ivoire Coton erhält. Das Unternehmen stellt ihm auch Düngemittel und andere Materialien zur Verfügung, deren Kosten er erst nach der Bezahlung seiner Ernte begleichen kann.

Während die Ernte auf dem Feld heranreift, nimmt Kobe an Schulungen von Ivoire Coton teil, um den Anbau- und Ernteprozess zu verbessern. Wenn es an der Zeit ist, die flauschigen weißen Fasern von den Pflanzen zu ernten, bietet der Oikocredit-Partner ihm einen Kredit an, damit er geeignete Saisonarbeiter*innen einstellen kann.

Seit der Gründung von Ivoire Coton konnten Nabe Kobe und Tausende andere Landwirt*innen in Côte d'Ivoire erleben, dass sich ihre Unternehmen und Gemeinden positiv entwickeln.

Genau darum geht es Oikocredit: Organisationen zu finanzieren, die die Lebensqualität wirtschaftlich benachteiligter Menschen und Gemeinschaften nachhaltig verbessern. Deshalb arbeitet Oikocredit bereits seit 2016 mit Ivoire Coton zusammen.

Prevost Kla, zuständig für Kapitalbeteiligungen bei Oikocredit und Vertreter der Genossenschaft im Vorstand von Ivoire Coton, erklärt: »Ivoire Coton stellt das Wohlergehen der Bäuerinnen und Bauern in den Mittelpunkt seiner Tätigkeit, ganz im Einklang mit seiner Mission. Die Nachhaltigkeit des Unternehmens geht Hand in Hand mit der Verbesserung des Lebensstandards der Bauern und Bäuerinnen. Ivoire Coton setzt sich daher für die Entwicklung der Landwirt*innen ein und ist ständig bestrebt, die ländlichen Gemeinschaften bestmöglich zu unterstützen.«

Neues aus der Geschäftsstelle

Wir haben in den letzten Rundbrief-Ausgaben und Anschreiben ausführlich über die Gesetzesänderungen berichtet, die eine weitere Beteiligung an Oikocredit über ein Treuhandmodell, dass sich über 40 Jahre bewährt hatte, verhindert. Das bedeutet, dass wir Ihnen entsprechend den Richtlinien Ihr Geld zurückzahlen können, aber eine Anteilserhöhung nicht möglich ist.

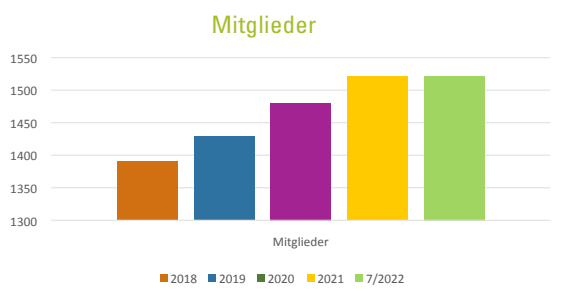
Auf allen Ebenen wird intensiv daran gearbeitet, eine Alternative zu entwickeln, dabei sind zahlreiche rechtliche und regulatorische

Anforderungen zu berücksichtigen. Aber wir sind guter Hoffnung, dass Ende des Jahres ein neues Beteiligungsmodell angeboten werden kann.

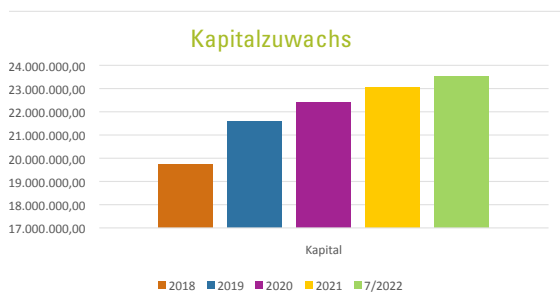
Eine ganz große Bitte

Sobald das neue Beteiligungsmodell angeboten werden kann, werden wir Sie natürlich informieren. Um Ihre bisher von unseren Förderkreise für Sie gehaltenen Anteile auf das neue Beteiligungsmodell zu übertragen, wird es Ihrer aktiven Zustimmung bedürfen. Um

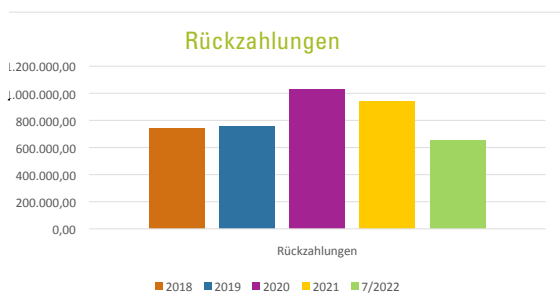
Portokosten und Verwaltungsaufwand zu reduzieren, versuchen wir, dies über den Online-Zugang MyOikocredit zu ermöglichen. Vielleicht auch eine Motivation für Sie, einen Online-Zugang zu Ihrem Konto zu beantragen? Wir freuen uns, wenn wir Ihnen dabei behilflich sein können.



Ab dem 1. Juni haben wir keine neuen Mitglieder mehr aufgenommen



Ab dem 1. August können wir keine weiteren Anteile für unsere Mitglieder erwerben



Rückzahlungen sind jederzeit weiter möglich

Wir freuen uns auf Ihre Rückmeldung zum Rundbrief

Eine der großen Stärken von Oikocredit ist die regionale Verankerung. Dies gilt nicht nur für die Nähe von Oikocredit zu seinen Kunden im Globalen Süden, sondern natürlich auch für die Oikocredit Förderkreise. Wir, als Vorstand des Förderkreises Niedersachsen-Bremen, fühlen uns dieser regionalen Verankerung verpflichtet und wollen sie daher fördern und weiter stärken. Doch was heißt das konkret? Wir haben uns vorgenommen, Sie stärker in unsere Arbeit mit einzubeziehen und einen intensiveren Austausch, als nur bei unseren Mitgliederversammlungen, zu pflegen.

Starten würden wir dabei gerne mit einem Austausch, zu dem Ihnen hier vorliegenden Rundbrief, der ein wesentlicher Baustein unserer Kommunikation mit Ihnen ist. Wir überlegen, in nächster Zeit den Rundbrief zu erneuern und bei der Erstellung enger mit den anderen Förderkreisen in Deutschland zusammenzuarbeiten.

Im Vorfeld unserer Aktivitäten würden wir daher gerne von Ihnen erfahren, was Ihnen an unserem Rundbrief in den letzten Ausgaben besonders gut gefallen hat, auf was Sie verzichten könnten und/oder welche Informationen Ihnen besonders wichtig waren. Haben Sie Anregungen zur Gestaltung oder zur Art wie Sie den Rundbrief empfangen möchten (online oder per Post)? Oder gibt es Themen rund um Oikocredit, über die Sie gerne mehr erfahren würden? Wir freuen uns über jede Rückmeldung, damit wir den Rundbrief in Zukunft so gestalten können, dass Sie ihn weiterhin mit Freude und Interesse lesen.

Terminliste

24/25.09.	Infostand: Nachhaltigkeitsmarkt Braunschweig
28.09.22	Infostand Faire Woche Osnabrück
05.10.22	Vortrag Senioren Union Hildesheim
22.11.22	Vortrag Kirchengemeinde Walkenried
23.11.22	Vortrag Matthäuskirche Osnabrück
noch offen	Online Mitgliederdialog

Bitte schauen Sie auch auf unserer Webseite unter Veranstaltungen nach. Dort gibt es genauere Information und Hinweise zu kurzfristig organisierten Aktivitäten.

www.niedersachsen-bremen.oikocredit.de

Materialliste

- » Annual Report 2021 engl.
- » Jahresrückblick 2021
- » Wirkungsbericht 2021
- » Flyer Gutes Geld

Andere Materialien müssen durch die genannten Gesetzesänderungen angepasst werden. Wir informieren Sie, sobald die neuen Informationsmaterialien zur Verfügung stehen. Solange der Vorrat reicht, schicken wir Ihnen diese Dokumente gerne kostenlos zu. Wir können sie auch als PDF-Version per Mail versenden.

Wir freuen uns auf einen intensiven Austausch mit Ihnen als Leser und Leserin dieses Herbstrundbriefes. Kommen Sie auf uns zu, wenn Sie weitere Anregungen haben, wie wir die Idee von Oikocredit noch bekannter machen können oder auch bei allgemeinen Fragen zu Oikocredit.

Schreiben Sie uns einfach eine Email an niedersachsen-bremen@oikocredit.de oder einen Brief an die Geschäftsstelle Oikocredit Förderkreis Niedersachsen-Bremen e.V., Goslarsche Str. 93, D-38118 Braunschweig.

Roland Rothenstein

Impressum

Oikocredit Förderkreis Niedersachsen-Bremen e.V., Goslarsche Str. 93, 38118 Braunschweig, Tel.: 0531/261 55 86, Fax: 0531/261 55 88 niedersachsen-bremen@oikocredit.de

Vereinskonto

(für Beiträge/Spenden):

DE64 5206 0410 0100 6155 95
bei der Evangelischen Bank (EB)
BIC GENODEF1EK1