

Presseinformation

München, 01. Juni 2021

UniCredit treibt Standards zur Wirkungsmessung bei Social Impact Financing mit eigenem System voran

- **Das Mess- und Bewertungssystem wurde in Zusammenarbeit mit dem Thinktank Human Foundation entwickelt, um die Ergebnisse von Social Impact Financing weiter zu verbessern**

Das Social Impact Banking (SIB) der UniCredit hat gemeinsam mit dem Thinktank Human Foundation ein neues Mess- und Bewertungssystem entwickelt: damit sollen zum einen die Messstandards für Social Impact Financing weiterentwickelt und zum anderen die direkten und indirekten sozialen Wirkungen maximiert werden. Ziel ist es, einen konkreten Beitrag zu einer gerechten und inklusiven Gesellschaft zu leisten.

Das spezielle Mess- und Bewertungssystem ermöglicht der UniCredit eine konsistente Messung und Evaluierung ihres Social Impact Financing in allen elf Märkten der Gruppe, in denen sie mit Social Impact Banking aktiv ist: Deutschland, Bosnien und Herzegowina, Bulgarien, Italien, Kroatien, Rumänien, Serbien, Slowakei, Tschechische Republik und Ungarn.

Ziel ist es, den Erfolg und die Wirkung der finanzierten Projekte zu messen, indem die erwartete und die tatsächlich erreichte gesellschaftliche Wirkung kontinuierlich anhand von maßgeschneiderten Indikatoren verglichen werden. Dabei werden die Besonderheiten der Begünstigten der spezifischen Projekte berücksichtigt. Der Thinktank Human Foundation, der innovative Lösungen für gesellschaftliche Fragen entwickelt, wurde als Partner für die Entwicklung des Mess- und Bewertungssystems ausgewählt.

„Mit Social Impact Banking leisten wir einen Beitrag zu einer gerechten und inklusiven Gesellschaft. Ziel ist es, Menschen und Unternehmen zu identifizieren, zu finanzieren und zu unterstützen, die in Lösungen für soziale Herausforderungen investieren. Daher ist die Messung anhand nachvollziehbarer Kriterien und einheitlicher Standards besonders wichtig, um die tatsächliche Wirkung unserer Aktivitäten transparent darstellen zu können“, sagt **Stephanie Kraus-Nijboer, Head of Social Impact Banking der HypoVereinsbank.**

Laura Penna, Leiterin des Group Social Impact Bankings von UniCredit: „Bei UniCredit ist ESG¹ Teil unserer DNA – dazu gehört auch ein starkes soziales Engagement in allen unseren Märkten. Social Impact Banking hilft uns dabei, spürbaren positiven gesellschaftlichen Wandel voranzutreiben. Um sicherzustellen, dass wir unseren ‚Impact‘ laufend weiter ausbauen und wirklich etwas bewirken, müssen wir in der Lage sein, die Ergebnisse von Social Impact Financing konkret und einheitlich zu erfassen und zu messen. Dieses neue Mess- und Bewertungssystem wurde entwickelt, um uns dabei effektiv zu unterstützen und um einen wichtigen Beitrag zu mehr Transparenz und zu einheitlichen Standards im gesamten Sektor des Impact Financing zu leisten.“

Social Impact Financing verfolgt den Anspruch, konkreten positiven sozialen Nutzen zu schaffen, indem gezielt soziale Projekte und Initiativen unterstützt werden. Der Sektor für Impact Financing ist in den letzten Jahren weltweit deutlich gewachsen², und es ist zu erwarten, dass sich dieser Trend durch die Auswirkungen der Covid-19-Krise noch beschleunigen wird.

Es besteht zunehmender Bedarf an klaren, allgemein gültigen Messmethoden, um die Glaubwürdigkeit von Impact Financing zu gewährleisten und das Risiko von „Impact Washing“³ zu vermeiden. Auch für die Begünstigten von Impact Financing Projekten ist es wichtig, Chancengleichheit zu gewährleisten, sich auf spezifische Wirkungsindikatoren für jedes Projekt zu einigen und die Transparenz des Auswahlprozesses zu erhöhen.

Mit Social Impact Financing will UniCredit soziale Innovationen als Treiber des Wandels unterstützen – zum einen durch Investitionskredite zu günstigen Konditionen, verbunden mit einer Vereinbarung zur Wirkungsmessung, zum anderen durch Finanztrainings und durch Zugang zu relevanten Partnerschaften und Netzwerken. Der „Pay for Success“-Mechanismus ist ein integraler Bestandteil des Angebots, um einzelnen Projekten bzw. Initiativen zusätzliche wirtschaftliche Vorteile zu gewähren, sofern spezifisch vereinbarte soziale Wirkungsziele erreicht werden. Darüber hinaus engagiert sich das Social Impact Banking der UniCredit auch im Bereich der Finanzbildung für ein verbessertes Finanzwissen in der Bevölkerung und für soziale Integration, um möglichst allen Menschen eine aktive Teilnahme am gesellschaftlichen Leben zu ermöglichen.

Das Social Impact Banking der UniCredit wurde kürzlich von der European Venture Philanthropy Association (EVPA) mit dem „Data Transparency Label 2021“ für sein kontinuierliches Engagement für Datentransparenz im Bereich Social Impact Financing ausgezeichnet.

¹ ESG steht für Environment, Social, and Governance – auf Deutsch: Umwelt, Soziales und nachhaltige Unternehmensführung.

² Das Gesamtvolumen des Impact-Investing-Marktes wurde Ende 2018 auf 502 Mrd. US-Dollar geschätzt (GIIN, 2019).

³ „Impact washing“ bezeichnet eine Vorgangsweise, bei der eine Bank, ein Unternehmen oder ein Fonds die Darstellung positiver sozialer oder ökologischer Auswirkungen für Reputations- und Marketingzwecke nutzt, aber nicht zur Erzielung greifbarer positiver Auswirkungen beiträgt (IDS, 2019).

Weitere Informationen über das Social Impact Banking der UniCredit/HypoVereinsbank:

- [SIB Positionspapier u.a. mit Informationen zum Mess- und Bewertungssystem](#)
- [Social Impact Banking in der UniCredit](#)
- [Social Impact Banking in der HypoVereinsbank](#)

Über UniCredit:

UniCredit ist eine erfolgreiche paneuropäische Geschäftsbank mit voll integriertem Corporate & Investment Banking, die ihrem breit gefächerten Kundenstamm ein einzigartiges Netzwerk in Westeuropa sowie in Zentral- und Osteuropa bietet. UniCredit verbindet profundes lokales Know-how mit internationaler Reichweite. Durch ihr europäisches Bankennetzwerk ermöglicht sie ihren Kunden einzigartigen Zugang zu führenden Banken in 13 Kernmärkten: Italien, Deutschland, Österreich, Bosnien-Herzegowina, Bulgarien, Kroatien, Tschechien, Ungarn, Rumänien, Russland, Serbien, Slowakei und Slowenien. Mit ihrem internationalen Netzwerk aus Repräsentanzen und Niederlassungen begleitet und unterstützt UniCredit Kunden in weiteren 16 Ländern weltweit.

Pressekontakt HypoVereinsbank:

Birgit Zabel, +49 89 378 26017; birgit.zabel@unicredit.de

Natalie Stürmer, +49 89 378 32488; natalie.stuermer@unicredit.de

Folgen Sie uns auf:

<https://twitter.com/hypovereinsbank>

<https://linkedin.com/company/hypovereinsbank-unicredit-bank-ag>

<https://xing.com/company/hypovereinsbank>

<https://youtube.com/user/hypovereinsbank>

