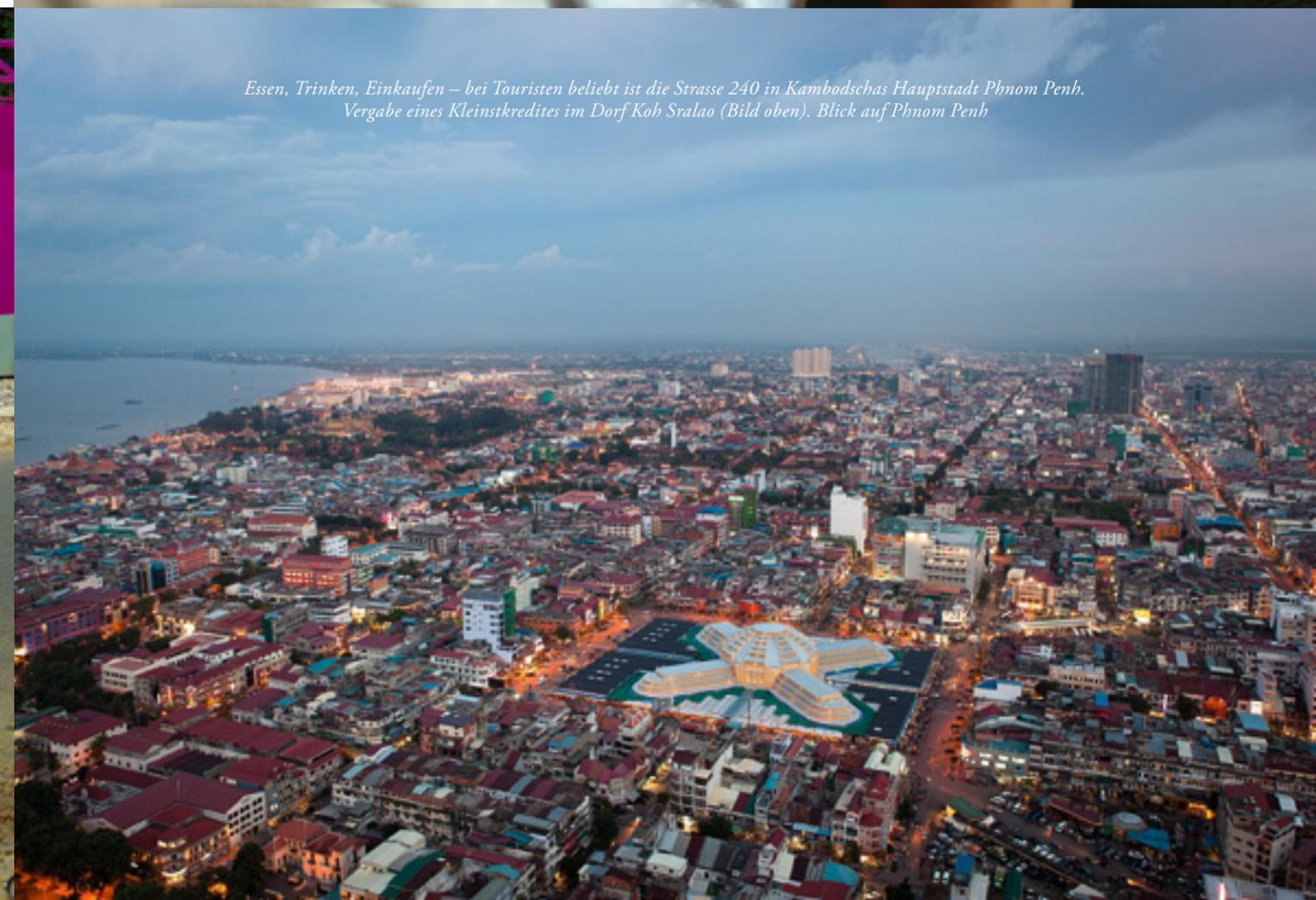


WEM NÜTZT DAS?

Aufstieg für die Armen und gleichzeitig Rendite für die Reichen – geht das?
Unterwegs mit Geschäftsleuten, die in Kambodscha Mikrokredite vergeben

BILDER – LINKS UND RECHTS OBEN: THOMAS CHRISTOPOLETTI / RUOM; RECHTS UNTEN: NICOLAS AXELROD / RUOM



*Essen, Trinken, Einkaufen – bei Touristen beliebt ist die Strasse 240 in Kambodschas Hauptstadt Phnom Penh.
Vergabe eines Kleinstkredites im Dorf Koh Sralao (Bild oben). Blick auf Phnom Penh*

Text MARTIN BEGLINGER

Der Mann in der Bar Al Leone an der Zürcher Bahnhofstrasse erinnert ein bisschen an Tom Hanks. Er trägt Jeans, ein offenes weisses Hemd, heisst Peter Fanconi und ist, wie die meisten Gäste hier, Banker. Aber keiner der üblichen Art. Das war er mal, erfolgreich sogar. Ab März wird er zwar die Graubündner Kantonalbank präsidiieren, doch als aktiver Private Banker ist er vor bald zwei Jahren aus dem Metier ausgestiegen. «No bad feelings», sagt Fanconi gelassen, «es waren gute und sicher auch einträgliche Zeiten.» Doch jetzt ist er 46 und «will der Gesellschaft etwas zurückgeben». Er will schlicht «etwas Gutes tun», wenn man das heute, als Banker, überhaupt noch so sagen darf.

Seit 2013 ist Peter Fanconi Mikrofinanzbanker. Er ist CEO einer Vermögensverwaltungsfirma mit dem malerischsten Namen, den man in dieser Branche finden kann: Blue Orchard, Blauer Obstgarten. Der Name klingt so wunderbar wie Fanconis Versprechen: «Geben Sie mir eine Million Franken, und in fünf Jahren kriegen Sie die Million plus hundertfünfzigtausend Franken an Zinsen zurück und haben dazu zehntausend Menschen aus der schlimmsten Not herausgeholfen.»

Eine Million habe ich leider nicht, aber das Reisegeld und ein paar Tage Zeit, um ihn dorthin zu begleiten, wo seine Kredite fast schon Wunder bewirken, wenn man den Prospekten von Blue Orchard über die Mikrofinanzbranche glaubt.

Viele wissen nur wenig über diesen sperrigen Begriff, aber fast alle verbinden «Mikrofinanz» mit einem Namen: Muhammad Yunus. 2006 wurde der Wirtschaftsprofessor aus Bangladesh mit dem Friedensnobelpreis geehrt – und mit ihm die Gramme Bank, die er 1983 gegründet hatte. Die erste «Bank für die Armen». Sie begann, Kleinstkredite von zwanzig, fünfzig, hundert Dollar oder mehr zu vergeben; für Saatgut, Werkzeug oder was auch immer, um den Menschen ohne Kapital einen Start als Kleinstunternehmer zu ermöglichen.

Dreissig Jahre später ist Mikrofinanz ein weltweiter 70-Milliarden-Dollar-Markt, der gegen 200 Millionen Menschen mit Geld versorgt, die sonst keinen Cent erhielten. Und mittendrin der «Blaue Obstgarten», 2001 in Genf gegründet und heute einer der grossen kommerziellen Investoren mit einem Portefeuille von 700 Millionen Franken.

So landen wir an einem schwülen Abend in Phnom Penh, der Hauptstadt von Kambodscha. Es ist ein Land mit 14 Millionen Einwohnern, davon lebt jeder Vierte mit weniger als einem Dollar pro Tag, und jeder Zehnte hat einen Mikrokredit aufgenommen. Mehr gibt es nur in Peru. 120 seiner 700 Millionen hat Blue Orchard in Kambodscha und dessen Nachbarländern investiert, und damit es noch etwas mehr werden, hat Peter Fanconi ein paar potenzielle Investoren eingeladen, alle sehr diskret. Besondere Hoffnung setzt er auf Pensionskassen. Ein Investor hat bereits mehrere Millionen

in die Branche gesteckt, und nun möchten sie vor Ort erkunden, ob sie das auch weiterhin guten Gewissens tun dürfen.

«Welcome to Phnom Penh», sagt die junge Reiseleiterin, «auf welche Tour möchten Sie gehen: die schöne oder die traurige?» Und schon versinken wir im Verkehr dieser Zweimillionenstadt, in der es weder Züge noch öffentliche Busse gibt. Umso mehr fluten Mopedlawinen die Strassen, man sitzt zu dritt, zu viert, zu fünft auf einem Töff, zwischendurch drängt sich plötzlich ein schwarzer Rolls-Royce durch den Verkehr, «sicher ein Politiker», meint die Reiseleiterin. Phnom Penh schwirrt vor Energie, man baut, als wäre es ab morgen verboten, und in den grossen Strassen nistet sich die Labelwelt ein, von Audi bis Zara.

Am Stadtrand stoppen wir neben ein paar lichten Bäumen und einem Reisfeld, kurz darauf stehen wir vor einer Pyramide aufeinandergeschichteter Kinderschädel, daneben ein Schild: «Please don't walk through the mass grave» – willkommen auf der traurigen Tour, Killing Fields Choeung Ek, eins von 19 733 Massengräbern im Land. Wer hier nicht aufpasst, tritt rasch aus Versehen auf einen menschlichen Knochen, den der Regen des Vortags aus dem schlammigen Boden gewaschen hat. An die zwei Millionen von damals sieben Millionen Kambodschanern wurden in Pol Pots blutigem Bauernparadies mit Schaufeln und Pickeln erschlagen, keiner kennt die genaue Zahl, kaum jemand mag noch über jene schwarzen Jahre von 1975 bis 1978 reden, am wenigsten die Älteren, die gelernt haben, dass schweigen muss, wer überleben will.

Auf den T-Shirts der Jugend von Phnom Penh prangt Damien Hirsts diamantbesetzter Kunstschädel, keiner aus den Killing Fields. Das junge Land, dessen Bevölkerung sich seit dem Genozid verdoppelt hat, will nach vorn schauen, es will die schöne Tour präsentieren, den Königspalast, die sagenhaften Tempel von Angkor Wat, die Glitzertürme, die derzeit mit chinesischem Geld in der Hauptstadt hochgezogen werden.

Die Heuschreckenzucht

Am nächsten Tag in einem Aussenbezirk von Phnom Penh, wo gerade das halbe Quartier unter Wasser steht. Wir treffen Ong Sophal, «New Star» steht auf ihrer hellblauen Bluse. Vor drei Monaten hat die 26-Jährige mit der Zucht von Heuschrecken begonnen; es soll ihr Aufstieg aus der Armut werden. 1600 Dollar nahm sie als Starthilfe auf, um ihr enges zweistöckiges Haus instand zu setzen und alles Nötige für die Zucht zu beschaffen. Jetzt sind drei Viertel des Bodens mit Käfigen und Gittern belegt, und Ong Sophal lebt mit Mann, zwei Kindern, ein paar Kochtöpfen und Abertausenden von Heuschrecken unter demselben Blechdach.

Wie das aussieht, wenn man diese Proteinkonzentrate einfängt, um sie lebend als Delikatessen auf dem Markt zu verkaufen, fünf Dollar pro Kilo, das



NUR WER LIEST, WIRD KLÜGER.

Kompetente Journalisten und Journalistinnen schreiben für Sie in Schweizer Zeitungen und Zeitschriften über Aktualitäten und ihre Hintergründe. Damit Sie besser informiert sind und sich eine eigene Meinung bilden können. Bestellen Sie jetzt per Mausklick ein Probeabo Ihrer gewünschten Zeitung oder Zeitschrift auf presseabo.ch und Sie nehmen automatisch an der Verlosung von 2 Renault Captur und 10 x CHF 1000.– teil. **Ihre Schweizer Zeitungen und Zeitschriften.**

lässt sich nur erahnen. Im Moment sind die Heuschrecken noch zu klein für eine Kostprobe. Doch Ong Sophal scheint zufrieden, ihr Business ist gut gestartet. Eine üppige Ernte bringt 250 Dollar ein, sieben pro Jahr sollten es werden. Allerdings zahlt sie 30 Prozent Zinsen. Das sei «machbar», sagt Ong mit unergründlichem Lächeln. Einträglich wird ihr Business erst in den Folgejahren. Falls die Heuschreckenzüchterin durchhält.

30 Prozent Zinsen – in der Schweiz gilt schon die Hälfte als Wucher. Auch in Kambodscha sei das überdurchschnittlich hoch, sagt Peter Fanconi, der Durchschnittszins liege bei 25 Prozent, auch dies scheint immer noch unverschämt hoch. Nur: Die Alternative wäre Geld von einem «loan shark», einem privaten Kredithai, und die verlangen ruinöse Raten bis zu 100 Prozent. Oder es gibt gar keinen Kredit.

Dann doch lieber «gut begründete» 25 Prozent Zins, findet Fanconi, denn er ist überzeugt, dass es den Kambodschanern mit null Prozent Zins schlechter und nicht besser ginge, weil er Schenken noch nie für ein nachhaltiges Geschäftsmodell hielt. «Die letzten zwanzig Jahre Entwicklungshilfe haben gezeigt, dass sich Armut nur dann langfristig bekämpfen lässt, wenn auch der Einzelne Verantwortung übernimmt.»

Das mag nach einem harten Banker klingen, doch so wirkt der Chef von Blue Orchard nie. Allerdings auch nicht wie ein Entwicklungshelfer alter Schule. Peter Fanconi, Sohn aus einer Kinderarztfamilie, verkörpert vielmehr einen neuen Typus, der Muhammad Yunus' Credo umzusetzen versucht: «Hier geht es nicht um Barmherzigkeit. Es geht um Business mit einem sozialen Ziel: den Menschen aus der Armut zu helfen.»

Doch wer kriegt denn nun wie viel von diesen 25 Prozent? Gemäss Fanconi gehen drei bis vier Prozent an den privaten Investor, ein bis zwei Prozent an Blue Orchard, weitere ein bis drei Prozent fließen in die Absicherung von Währungs- und Inflationsrisiken für diese Kredite, und der grosse Rest bleibt bei der sogenannten Microfinance Institution, kurz MFI.

Ohne MFIs geht gar nichts in der Mikrofinanzindustrie. Eine MFI ist das Scharnier zwischen Investoren wie Blue Orchard und einer Kreditnehmerin wie der Heuschreckenzüchterin Ong Sophal. Es sind die MFIs und nicht die Investoren, die Kleinstkredite im Land verteilen.

Selbst eine Organisation wie Kiva kommt nicht ohne MFIs aus. Kiva, 2004 in den USA gegründet, ist das populäre Non-Profit-Gegenstück zu der kommerziell orientierten Institution Blue Orchard, nämlich eine Website für all jene, die keine Million zum Investieren haben, sondern 25 Dollar. Die Kunden von Kiva klicken gleich direkt an, ob sie ihr Geld lieber in den irakischen Teppichknüpfer Samir oder die Discoausrüstung von Rosmary in Bolivien stecken wollen oder doch lieber in ein Tuk-Tuk-Taxi von Lis in der kambodschanischen Provinz Takeo. Nach diesem Klick allerdings übernimmt auch bei Kiva eine MFI das Kommando und sagt, wer wie viel Geld zu welchem Zins erhält – genauso wie bei Blue Orchard.

Es gibt weltweit ungefähr 10 000 MFIs, aber lediglich 500 von ihnen sind kommerziell orientiert, und nur in solche investiert Blue Orchard. Die grösste MFI in Kambodscha heisst Prasac und wurde 1995 mit einem Millionen-Dollar-Fonds der EU gegründet. 2005 stieg Blue Orchard als erster privater Investor ein,



Oben: Nit Sor, 46, Mutter von sechs Kindern, geschieden, auf ihrem Reisfeld in Span Dieg. Strassenszene in Phnom Penh (links)



BILD LINKS: NICOLAS AXELROD / RUOM; RECHTS: THOMAS CHRISTOFOLETTI / RUOM

und jetzt hofft man bei Prasac, wovon alle kommerziellen MFIs träumen: «dass man endlich eine richtige Bank wird und nicht nur eine für die Armen», wie ihr stolzer CEO Sim Senacheert im Direktionszimmer im achten Stock des neuen Hauptsitzes seiner MFI sagt. Der CEO sitzt in Businessanzug und grasgrüner Prasac-Krawatte an einem langen Glastisch, vor sich hat er den Laptop, neben sich den CFO und den COO, und von hier oben scheint Phnom Penh nicht viel anders zu funktionieren als Singapur oder Winterthur.

Prasac hat mittlerweile 2500 Angestellte und vergibt 300 Millionen Dollar Kredit an 164 000 Kunden in 11 000 Dörfern. Komplizierter könnte Geldverleihen kaum sein, und genau dies ist der Hauptgrund, warum die Zinsen der MFIs so hoch sind: Sie bezahlen damit ihr Personalheer. Für jeden neuen 20-Dollar-Kredit muss der Credit Officer seinen Interessenten zu Hause besuchen, sich dessen Geschäftsidee erklären lassen, nach Sicherheiten fragen, die Kreditwürdigkeit beurteilen, bis schliesslich der Vertrag unterschrieben wird. Dann schwärmen die Credit Officers einmal pro Monat in die 11 000 Dörfer aus (wo sie 80 Prozent der Kredite vergeben), um bei diesem Kunden neun Dollar Zinsen einzuzie-

hen und beim nächsten dreizehn, sofern sie auf dem Weg dorthin nicht irgendwo mit ihrem Töff im Morast versunken sind und wieder umkehren müssen.

Müllverwertung mit sechs Angestellten

Am andern Ende von Phnom Penh steht Saroam Toum, 40, mitten in einem riesigen Berg voller Müll und strahlt. Metall, Plastik, Batterien, Karton, Matratzen, elektrische Drähte – Saroam verwertet alles und offenbar sehr erfolgreich, denn mittlerweile verdient die Mutter von drei Kindern 350 Dollar pro Monat – doppelt so viel wie ein Polizist oder eine Lehrerin, die es ohne die üblichen Schmiergeldzulagen nur auf 150 bis 200 Dollar im Monat bringen. Saroam begann vor drei Jahren mit einem Kredit über 5000 Dollar, womit sie einen alten Pickup kaufte. Den Abfall liefern ihr Tag für Tag Müllsammler mit ihren Velos und Mopeds an. Heute beschäftigt Saroam sechs Leute, die den Abfall für 70 Dollar pro Monat sortieren, ehe er nach Thailand und Vietnam verkauft wird.

Ihre Kinder schickt Saroam dank Kleinstkrediten auf eine Privatschule, aber nicht auf jene, die gleich neben ihrem Müllberg

ist und mit dem Slogan «Learn to be a leader» wirbt. Die ist ihr zu teuer. Saroam hat eine billigere gefunden, wo ihre Kinder trotzdem Englisch lernen, und das ist «good for business». An den Staatsschulen hingegen lernen sie nur Kambodschanisch und vielleicht auch gar nichts, wenn die Eltern den Lehrer nicht schmieren.

Sähe es etwas pittoresker bei ihr aus, die tüchtige Abfallverwerterin Saroam würde es in jede MFI-Broschüre schaffen. Und Duong Dara sowieso, jene kleine und energische Frau, die Hochzeitskleider näht und die wir als nächste Kreditnehmerin besuchen. Anscheinend ist die 30-Jährige eine geborene Unternehmerin. Sie investiert, produziert, reinvestiert, expandiert – ein Berufsleben wie nach Lehrbuch. Begonnen hat Duong Dara mit einem 1000-Dollar-Kredit und einer ungefähr hundertjährigen Singer-Maschine, auf der sie Brautkleider näht, 100 Dollar pro Stück. Unterdessen hat sie fünf Singer-Maschinen und lässt nähen. Nach Feierabend kommen fünf, sechs Frauen aus einer der vielen chinesischen Textilfabriken in der Umgebung, um hier weiterzuschneiden. Mit dem dritten Kredit richtete Duong Dara neben ihrem Atelier eine kleine Apotheke ein, mit dem vierten baute sie ein Haus von Verwandten aus, um Zimmer an Textilarbeiter zu vermieten, die in den nahe gelegenen Fabriken für H & M schufteten.

Ein paar Tage nach unserem Besuch protestieren ein paar Hundert Textilarbeiter gegen die miserablen Arbeitsbedingungen, bis die Polizei eintrifft und eine Frau erschießt. Seither ist es wieder ruhig, und auf der Website jener Fabrik (die nichts mit Mikrofinanz zu tun hat) stehen reihenweise Sätze wie: «Soziale Verantwortung ist eine unserer höchsten Verpflichtungen.» Oder: «Sicherheit am Arbeitsplatz ist unser höchstes Anliegen.»

Man zeigt die Erfolgreichen

Die Reise geht weiter, von der Schneiderin zur Reisweinproduzentin; zu einer wirbeligen Bäuerin, die Mangobäume züchtet und bereits ihre nächste Kreditranche verhandelt, um weiteres Land für Pflanzungen zu kaufen; oder zur Chefin einer kleinen Schlosserei mit drei Angestellten. Klar, dass man uns hier die Erfolgreichen zeigt und nicht jene, deren Geschäft schlecht läuft oder vielleicht gar nicht mehr. Es ist die schöne Tour, und auf dieser Tour sehen wir fast nur Frauen.

Zufall?

«Natürlich nicht», sagt Saroam, die Abfallverwerterin, «bei uns kontrolliert die Frau die Finanzen.» – «Frauen haben eine andere Geisteshaltung», meint auch Hochzeitsschneiderin Duong. «Männer trinken eben lieber», sagt selbst der Finanzchef von Prasac und kichert verlegen. Doch am schönsten formulierte es Sänger Bono: «Gib einem Mann einen Fisch, und er ist für einen Tag satt. Gib einer Frau einen Mikrokredit, und sie, ihr Ehemann, ihre Kinder werden ein Leben lang zu essen haben.»

Die Statistiken geben ihnen recht: Bis zu 80 Prozent der Mikrokredite gehen in Kambodscha an Frauen, und 98 bis 99 Prozent der Gelder kommen zurück, wie man bei Prasac versichert. Als besonders verlässlich gelten Frauenkollektive in den Dörfern, wo jede für die andere einspringt und aushilft.

So lief es anfangs auch im indischen Bundesstaat Andhra Pradesh, einem anderen Zentrum der Mikrofinanzindustrie. Bis es schiefling, weil kommerzielle MFIs immer aggressiver warben. Sie drehten Frauen, die kaum lesen konnten, überteuerte Kredite an, im schlimmsten Fall gleich mehrere, oft ganz banale Konsumkredite, was nie die Idee von Yunus war.

Prompt gerieten diese Frauen in derart tiefe Schuldenfallen, dass sich Dutzende von ihnen umbrachten. Der britische Autor Hugh Sinclair, der in einem Buch* die Mikrofinanzbranche ziemlich zerzaust, spricht von 53 Suiziden im Jahr 2010.

Doch die westlichen Geldgeber reagierten erst, als die Tragödien dieser indischen Bäuerinnen auf der Titelseite der «New York Times» landeten; es waren Bilder, die nicht zu den Prospekten passten. Die Investoren, unter ihnen Blue Orchard, zogen sich zurück und mussten Millionen abschreiben, denn mittlerweile hatte die lokale Politik einen Rückzahlungsstopp verordnet und damit einen Fast-Kollaps der Mikrofinanzindustrie provoziert. Das ist es, was die Branche am meisten fürchtet: politische Intervention. Die gab es zuvor bereits in Nicaragua, wo der alte Sandinist Daniel Ortega seinen Wählern versprochen hatte, im Falle seines Sieges müssten sie ihre Schulden nicht begleichen.

Kritiker wie Sinclair sind der Meinung, die Branche habe ihre Seele verkauft. Er war selber zehn Jahre lang dabei mit viel, vielleicht zu viel Enthusiasmus, doch mittlerweile sei die wunderbare Idee Mikrokredit «von den Businessleuten gekidnappt» worden, wie Sinclair in einer E-Mail aus London schreibt. Die alten Idealisten seien aus dem Metier verdrängt worden.

«Das Gegenteil ist richtig», sagt Peter Fanconi, während wir einen Amok zerlegen, wie der Lieblingsfisch der Kambodschaner heisst. Fanconi findet es ermutigend, wenn mehr Geschäftssinn in diesem Metier Einzug hält. Und im übrigen habe die Branche sehr wohl aus Debakeln wie in Andhra Pradesh und Nicaragua gelernt. Die Lehre heisst im Business-Englisch «due diligence», auf Deutsch ganz einfach: bessere Kontrolle. Auf allen Ebenen. Vor allem vor Ort. Die Investoren müssen genauer hinschauen, mit welchen MFIs sie künftig arbeiten wollen – und mit welchen nicht.

Das Problem der Mikrofinanzbranche ist: Sie ist zu schnell gewachsen, allein in Kambodscha von 3 Millionen Dollar im Jahr 1995 auf 1,2 Milliarden Dollar im Jahr 2013. Die Finanzkrise hat den Zustrom zwar gebremst, aber die kommerziellen Investoren rechnen jetzt wieder mit 15 bis 20 Prozent Wachstum – pro Jahr, denn es gibt noch eine runde

Milliarde Menschen ohne Zugang zu irgendeiner Bank. Die Gelder stammen nicht nur von der Weltbank und nationalen Entwicklungsbanken (die bei Blue Orchard rund 60 Prozent ausmachen), sondern zunehmend auch von Pensionskassen, Stiftungen und Philanthropen wie Bill Gates.

Doch je grösser der Zufluss, desto schwieriger die richtige Platzierung der Gelder. Denn auch die Ansprüche der Investoren an die Good Governance steigen. Sie wollen zwar weiterhin sichere Renditen und Rückzahlungen, aber keine Ausbeutung und erst recht keine Schlagzeilen mehr wie aus Andhra Pradesh.

Die Folge war eine Schwemme neuer Ratingagenturen, die die MFIs zu röntgen begannen – und ebenso die Investoren. Man achte heute deutlich stärker auf die soziale Verantwortung, sagt Peter Fanconi, und das ist gewiss ehrenwert. Doch wer kontrolliert, ob eine Monatsrate mal aufgeschoben oder vielleicht gar erlassen wird, wenn die Kreditnehmerin schwer krank ist? Oder ihr Kind? Oder das ganze Haus wieder mal wochenlang unter Wasser steht? Als Erster der Credit Officer vor Ort. Doch auch er hat seine Vorgaben, und wenn weiterhin 99 Prozent der Kredite zurückfliessen sollen, dann wird auch seine Kulanz bald an Grenzen stossen.

Sicher ist hingegen, dass die Branche dank dieser Ratings transparenter geworden ist. Vor allem lassen sich nun die Konditionen vergleichen. Die Transparenz, sagt Peter Fanconi, «schafft mehr Stabilität und diese wiederum mehr Konkurrenz, was mittelfristig auf die Zinsen drückt».

Und doch bleibt schwer zu beziffern, was unter dem Strich bleibt. Bei allen einzelnen Erfolgen, es ist kein Wunder und keine Revolution. Dass sich die Armut dank Mikrokrediten flächendeckend und nachhaltig bekämpfen, ja «ausrotten» lasse, wie Muhammad Yunus einst prophezeite, das lässt sich nicht belegen, wie die renommierte Armutsforscherin Esther Duflo vom MIT in Boston in diversen Studien festhält. Vielleicht auch deshalb, weil sich der Effekt nur schlecht messen lässt. Und weil Armut auch von vielen anderen Faktoren abhängt.

So scheint sich nicht jedes Land gleich gut für Mikrofinanz zu eignen. In afrikanischen Gesellschaften zum Beispiel wirke sich sozialer Druck ganz anders aus als in Asien, erklärt der NZZ-Journalist David Signer, der sich als Wissenschaftler intensiv mit dem Investitionsverhalten in Afrika beschäftigt hat. Gerade Frauen stünden dort oft unter besonders hoher Erwartung, Geld für die teuren Taufen, Hochzeiten und Beerdigungen aufzutreiben. Und dieses Geld fehle dann zum Investieren. Sparen, sagt Signer, gelte als egoistisch, während Schuldenmachen die Leute aneinanderbinde. Beides untergrabe die Rückzahlungsdisziplin und damit das Geschäftsmodell der Mikrofinanzen.

Kambodscha ist hier besser dran, überraschenderweise auch dank seiner Politik. Die ist zwar kor-

rupt bis ins Mark, das Land liegt auf Platz 160 von 178 im Index von Transparency International, doch die Zentralbank scheint es auf wundersame Weise geschafft zu haben, halbwegs verlässliche Strukturen für die MFIs zu organisieren. Vor allem hat sie 2012 ein «Credit Bureau» eingerichtet, das Buch führt über alle laufenden Kleinstkredite im Wert von 1,4 Milliarden Dollar an 1,4 Millionen Kambodschaner. Damit lässt sich verhindern, was zuvor auch in Kambodscha immer öfter geschah: eine massive Mehrfachverschuldung der Einzelnen, ohne dass die eine MFI von Krediten der anderen wusste. Eine von Blue Orchard mitfinanzierte Studie spricht von 20 Prozent vormals Überschuldeten.

Ehemaliger Roter Khmer

An die Politik wird sofort erinnert, wer sich in der Nachbarschaft der Heuschreckenzüchterin Ong Sophal umschaute. Direkt gegenüber ihrem Haus ohne Küche, Fenster und Bad funktelt eine pompöse Villa mit einem vier Meter hohen schmiedeeisernen Tor. Der Besitzer sei ein leitender Steuerbeamter, sagt Ong und zuckt mit den Schultern. Im Vergleich zum Sitz von Premierminister Hun Sen ist diese Beamtenvilla eine Portiersloge.

Hun Sen, ein früherer Gefolgsmann Pol Pots, führt die kambodschanische Pseudodemokratie von einem gigantischen Palast aus. Er lässt sogar Wahlen abhalten. Doch wählen die Kambodschaner eine andere Partei als die schon ewig regierende, dann schraubt die Regierung von Hun Sen so lange am Resultat, bis sie wieder gewonnen hat. So wie im letzten Juli. Das führt zu Demonstrationen – und diese indirekt zu höheren Zinsen für die Heuschreckenzüchterin Ong, weil die Ratingagenturen Kambodscha politisch noch unsicherer taxieren als ohnehin schon.

Mikrokredite tun ganz gewiss ihr Gutes für Kambodscha. Noch besser wäre Demokratie. •

*Hugh Sinclair: Confessions of a Microfinance Heretic, Berrett-Koehler Publishers 2012

MARTIN BEGLINGER ist Redaktor des «Magazins». martin.beglinger@dasmagazin.ch