

Actief sturen op impact-progressie steeds belangrijker

Om niet in de valkuil van ‘impactwashing’ te vallen, is het essentieel om de positieve impact op het milieu of de samenleving gedurende een vaste evaluatieperiode zo nauwkeurig mogelijk te meten.

Door *Mark Kamerman* en *Nico Rieske*

Impactbeleggen is een zeer ruim begrip en bestaat vaak uit verschillende typen beleggingen. Soms is het lastig of zelfs onmogelijk om impact precies te meten.

Impactmeting vereist krachtige samenwerking tussen alle stakeholders, maar er is momenteel nog maar weinig consensus over de juiste methode. Anders dan bij het meten van financiële prestaties moet bij de impactbepaling van sociale en milieudoelen een variëteit aan obstakels overwonnen worden. Door de complexiteit en diversiteit en door het ontbreken van een alomgeaccepteerde en gestandaardiseerde methode blijft het vooralsnog zoeken naar de juiste weg naar nauwkeurige meting. Maar zoals de natuurkundige Galileo Gaililei reeds rond 1600 stelde: ‘Meet wat meetbaar is en maak meetbaar wat niet meetbaar is.’ Het meten van impact is een leerproces, waarbij de nog ontbrekende stukken gaandeweg tot een

complete puzzel moeten leiden.

Stel doelstellingen op en ontwikkel een raamwerk

Om tot een gedegen impactmeting te komen, moet een aantal stappen worden genomen. De belangrijke eerste stap is om de impactdoelstelling van een belegging helder voor ogen te hebben. Kijkend naar wat tot op heden is ontwikkeld aan evaluatietools en methoden, kunnen investment managers de sociale en ecologische impact meten aan de hand van de Theory of Change¹. Deze theorie geeft fondsmanagers houvast door input en activiteiten te verbinden met de

output, uitkomsten en ten slotte de impact.

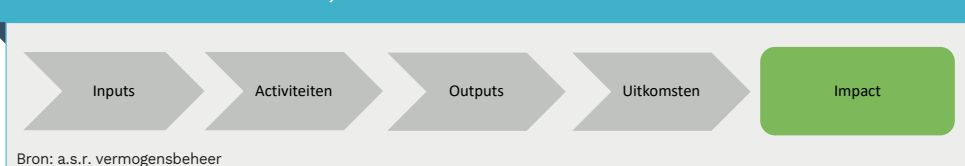
Door gebruik te maken van het Theory of Change-model kunnen inputdata en activiteiten samen met daadwerkelijke resultaten (outputs) afgezet worden tegen de te verwachten uitkomsten. Hierbij wordt gefocust op een impactthema en de vereiste veranderingen die nodig zijn om het probleem op te lossen. Een voorbeeld: voor het bereiken van een lagere carbonintensiteit ten behoeve van het mitigeren van klimaatverandering zijn verschuivingen nodig in specifieke sectoren, die gevonden worden in technologieën, in de inzet daar-

van of zelfs in beleidsveranderingen.

Daarnaast wordt met de Theory of Change beschreven op welke manier fondsmanagers op hun investeringen zullen moeten focussen zodat deze bijdragen aan de gewenste veranderingen, alsmede op de stappen die daarvoor nodig zijn. Op deze manier zijn fondsmanagers zowel in staat om impact te onderzoeken en te evalueren, als de accuraatheid van het model te toetsen. Een dergelijke evaluatie kan zinvol zijn voor fondsmanagers en klanten om mogelijke afwijkingen tijdig op te merken, zodat bijtijds bijgestuurd kan worden. Het beslissen over de impact-



FIGUUR 1: THEORY OF CHANGE, INDICATOREN VOOR IMPACTMETING



doelstellingen volgens de Theory of Change en het kiezen voor de SDGs geeft houvast bij het bepalen van de beleggingsstrategie.

De tweede stap is het ontwikkelen van een raamwerk waarmee specifieke statistieken voor de performance-meting van de beleggingen worden vastgelegd. De derde stap bestaat uit het tijdig en georganiseerd verzamelen en bewaren van data, waarbij steeds gevalideerd wordt op voldoende kwaliteit. Vervolgens worden de inzichten uit de verzamelde data geëvalueerd. In de laatste stap wordt data gedeeld met de belangrijkste stakeholders en wordt hun feedback meegenomen die eventueel tot aanpassingen in de investment thesis of 'impact value chain' leidt.

Rol weggelegd voor actieve strategie

Het streven naar een tastbare positieve verandering voor mens, milieu en maatschappij moet in het DNA zitten van elke op impact gerichte belegger. Het is daarom van belang om te begrijpen hoe en in welke mate fondsmangers kunnen bijdragen aan het oplossen van ESG-issues. De beschikbaarheid van data is cruciaal bij het uiteindelijk goed kunnen bepalen van impact. Daar knelt momenteel nog de schoen. Met name bij kleinere bedrijven is de beschikbare informatie veelal beperkt, terwijl dit doorgaans wel de spelers zijn waarmee het verschil in de toekomst gemaakt kan worden. Voor de zeer grote uitdagingen die zich aandienen, zoals klimaatverandering, zijn namelijk pionierachtige en uiterst innovatieve bedrijven nodig. Deze zijn van nature niet gericht op zo hard mogelijk groeien en blijven daarom vaak buiten de scope van grote dataleveranciers en researchhuizen.

Daarom blijft het de vraag of de datavoorziening op dat gebied ooit zal toenemen. Hier is een belangrijke rol weggelegd voor een actieve strategie. Centraal hierin staat het maximaliseren en het optimaliseren van de ten doel gestelde impact.

Managen van impact, belangrijk proces

Voor het beter managen van impact dient het metingproces bij investeringen continu gevolgd te worden, om actie te ondernemen zodra de beoogde impactdoelstellingen verwateren. Daarom moeten fondsmangers middels de beleggingsstrategie al vooraf in een strikt en uitgebreid selectieproces vaststellen welke indicatoren nodig zijn om de gewenste impactdoelstelling te behalen. Vervolgens is een gedegen screening van belang om investeringen in lijn te brengen met de ten doel gestelde impact. Zo dient een bedrijf duidelijke keuzes te maken voor het focussen op een impactthema. Deze intentionaliteit moet tot uitdrukking komen in de aard van de bedrijfsactiviteiten in de regelgeving en condities waaraan het bedrijf moet voldoen en in een minimaal deel van de omzet dat gericht is op het impactthema.

Essentieel voor fondsmangers is het vergaren van kennis voor het bereiken van impact op drie hoofd niveaus²: 1) hoe de activiteiten van de bedrijven positieve verandering verzekeren voor mens en planeet (het niveau van de investeerder), 2) op welke wijze de eigen bijdrage de impact van de bedrijven waarin wordt geïnvesteerd kan beïnvloeden (het niveau van de investering), en 3) hoe groot de bijdrage is aan het ontwikkelen van het impact-

thema binnen het kader van een grote, systematische verandering (het niveau van het ecosysteem).

Na het selectieproces begint meteen het proactief monitoren. Dat kan onder andere door middel van stemmen op aandeelhoudersvergaderingen, via engagement, door zitting te nemen in het bestuur of door gezamenlijk op te trekken met andere marktpartijen. De door de onderneming gecreëerde impact dient meetbaar te zijn, waarbij gestreefd wordt naar de best mogelijke benadering.

Middels vooraf vastgestelde KPIs wordt de impact performance van de onderneming gemeten en gemonitord: fondsmangers die actief managen hebben doorgaans een systematisch selectieproces, een weldoordachte engagementstrategie en een heldere rationale waarom de gekozen strategie de impact van de asset positief zal beïnvloeden. Met het nauwkeurig bepalen van de contributie kunnen we niet alleen begrijpen wat er is veranderd, maar ook of beleggers en bedrijven daadwerkelijk het verschil kunnen maken. De belangrijkste causaliteitsvraag die fondsbeleggers zich voortdurend moeten stellen is: kunnen met de selectie, monitoring en meting verwachtingen ten aanzien van de beoogde impactdoelstellingen worden waargemaakt? Het antwoord ligt in het begrijpen van het totale plaatje en in de bewustwording dat het bereiken van volledige meetbaarheid niet de enige oplossing is bij het behalen van de meeste impact. ■

1 Bron: Edward T. Jackson – Interrogating the Theory of Change (2013)
2 Bron: EVPA – Burning topics on impact measurement and management (2022)



Mark Kamerman

Senior Investment Strategist,
a.s.r. vermogensbeheer



Nico Rieske

Hoofd Aandelen,
a.s.r. vermogensbeheer

IN HET KORT

De uitdaging bij impactbeleggen is te meten wat meetbaar is en meetbaar te maken wat nog niet meetbaar is.

Een gedegen raamwerk is nuttig bij de evaluatie van de vooraf afgesproken impactdoelstellingen en helpt bij het communiceren van impactresultaten richting klanten.

Een actieve strategie is essentieel bij de selectie, monitoring en meting van impactvolle investeringen.

Fondsmangers die actief managen moeten een systematisch selectieproces, een weldoordachte engagementstrategie en een duidelijk doel hebben voor het bereiken van gewenste impact.