

Die Sozialbilanz der Deutschen Stiftungsagentur Ein innovativer Maßstab für die Stifterberatungs-Effizienz

Jörg Martin

Stiftungsgründung, -verwaltung und partnerschaftliche Begleitung des Stifters gehören seit vielen Jahren zu den Kernaufgaben der Deutschen Stiftungsagentur. Insgesamt haben sich in dieser Zeit mehrere hundert Stifter von der Agentur beraten lassen und mit ihr Stiftungspläne realisiert. Um die Effizienz ihrer Arbeit zu dokumentieren, hat die Deutsche Stiftungsagentur erstmalig eine Sozialbilanz erstellt. (Red.)

Da die Deutsche Stiftungsagentur per se im Dritten Sektor tätig ist und Menschen hilft, sich gemeinnützig, das heißt in unserem Fall stifterisch, zu engagieren, stellt sich die Frage, in welchem Ausmaß die Deutsche Stiftungsagentur ihre soziale Verantwortung wahrnimmt.

Bürgerschaftliches Engagement ...

Der Bericht der Enquete-Kommission „Zukunft des Bürgerschaftlichen Engagements“⁽¹⁾ gibt die Zielsetzung für unternehmerisches bürgerschaftliches Engagement vor. Demnach besteht diese in der „Entwicklung einer Unternehmenskultur, in der die Übernahme sozialer Verantwortung und die Orientierung am Gemeinwohl Kernelemente unternehmerischer Aktivitäten sind. Gewinnerzielung bei gleichzeitiger Gemeinwohlorientierung ist dabei die Handlungsmaxime von Unternehmen und Unternehmern, die sich als Akteure der Bürgergesellschaft verstehen.“⁽²⁾ Inwiefern die Deutsche Stiftungsagentur

dieser Zielsetzung gerecht wird, soll die folgende Sozialbilanz darstellen.

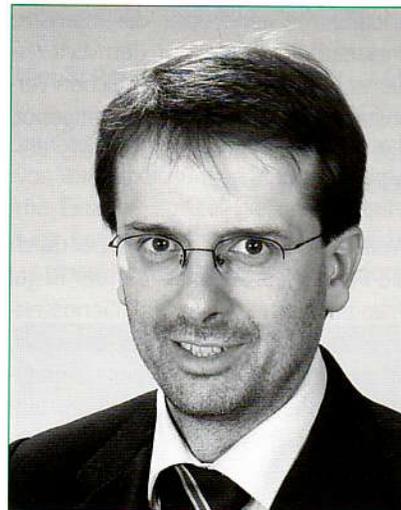
Aufgabe der Deutschen Stiftungsagentur ist es, engagierte Menschen auf ihrem Weg zu einer eigenen Stiftung zu begleiten. Täglich haben wir es mit eindrucksvollen Persönlichkeiten zu tun, die ihren Wunsch, die Welt ein wenig besser zu machen, erfolgreich in die Tat umsetzen.

Durch ihre Stiftungen werden Kinder im In- und Ausland unterstützt, wichtige medizinische Forschungen gefördert, bedrohte Tierarten geschützt oder wertvolle Kultureinrichtungen für die nachkommenden Generationen bewahrt; auch im Kleinen wirken diese Stiftungen, wenn beispielsweise ortsansässige Sportvereine, Heimatvereine oder Kirchengemeinden gefördert werden. Die Förderbeträge reichen von 500 Euro pro anno bis weit über 20 000 Euro pro Jahr. Jedes Jahr stellen die von der Deutschen Stiftungsagentur verwalteten Stiftungen einen größeren sechsstelligen Eurobetrag dem gemeinnützigen Sektor zur Verfügung.

... und Weitergabe von Know-how

Anhand dieser wenigen Zahlen wird deutlich, dass die Deutsche Stiftungsagentur ein ungewöhnliches Unternehmen ist. Die erwerbswirtschaftliche Orientierung der Agentur hilft in erster Linie den Nonprofit-Unternehmen in Deutschland; hinsichtlich der Stiftungsverwaltung kommen beispielsweise –

je nach Stiftungszweck und Verwaltungsaufwand – 80 bis 95 Prozent der jährlichen Erträge den hiesigen Vereinen, gemeinnützigen GmbHs, Kommunen und Kirchengemeinden zugute. Über Berater- und Dienstleistungen „Fundraising“ und „Kommunikation“ werden zudem gemeinnützige Einrichtungen, Zustiftungen und Spenden eingeworben. In diesem Kontext lässt sich



Jörg Martin, DS Deutsche
Stiftungsagentur GmbH, Neuss.
www.stiftungsagentur.de

feststellen – ohne jedoch eine konkrete Kausalität in Anspruch nehmen zu können –, dass einige der betreuten Stiftungen ihr Stiftungskapital innerhalb weniger Jahre haben verdoppeln können – durch Zuwendungen Dritter. Natürlich ist dies primär dem Engagement der Stifter zu verdanken. Dennoch: Das theoretische Rüstzeug, die Strategie sowie die notwendigen Kommunikationsinstrumente hat in vielen Fällen die Deutsche Stiftungsagentur geliefert.

Um noch detaillierter dokumentieren zu können, welchen Beitrag die Deutsche Stiftungsagentur für die Verbesserung des Gemeinwohls leistet, wurde die Sozialbilanz erstellt. Meinungen der Stifterinnen und Stifter sind eingeholt worden, die mit der Agentur ihre Stiftung gegründet haben. Erfreulich war der starke Rücklauf der Fragebögen, der das gute Verhältnis zu den Stiftern wiedergibt. Es ist auch eine Bestätigung, dass Stifter hochengagierte und einsatzstarke Menschen sind. Zudem zeigen diese Ergebnisse, dass die Stiftungsagentur für die Mitarbeiter eine beinahe einzigartige Möglichkeit darstellt, mit

Das bürgerschaftliche Engagement von Unternehmen wird seit einigen Jahren in allen Medien kräftig diskutiert. Die Diskussion wird unter dem Titel „corporate social responsibility“ (csr) geführt und begleitet von den Fragen, „wofür Unternehmen überhaupt verantwortlich sind und wofür der Staat, gesellschaftliche Gruppen, der Einzelne“.⁽³⁾ In den USA bereits seit Jahren auf der Agenda, wird auch hierzulande verstärkt nach neuen gesellschaftlichen Funktionen, der sozialen Verantwortung von Unternehmen gefragt. Interessant ist dabei, dass diese Frage den Unternehmen und Wirtschaftsverbänden nicht von außen aufgezwungen wird; sie wird aus dem „inner circle“ heraus thematisiert.

dem Beruf die persönliche Verantwortung als Bürger zu verknüpfen und sich gemeinnützig zu engagieren.

Effiziente Ansprache über die Medien ...

Ein gutes Drittel der Befragten hat unmittelbar durch die Deutsche Stiftungsagentur von der Möglichkeit erfahren, eine eigene Stiftung zu gründen. Dies erfolgte meistens über die intensive Pressearbeit der Agentur, den Vortragsdienst bei zahlreichen öffentlichen Veranstaltungen und das Internetangebot, das monatlich über 3 000 Visits verzeichnet.

Weitere 40 Prozent sind mittelbar durch die Partner der Agentur – in der Regel Privatbanken, Sparkassen, Genossenschaftsbanken, Vermögensverwalter, Rechtsanwälte, Steuerberater – sensibilisiert und auf das Thema aufmerksam gemacht worden. Unsere Rolle als „Anstifter“ sehen wir mit Freude bestätigt.

Vor diesem Hintergrund muss auch die Zeitschrift „Vermögen & Steuern“ erwähnt werden, die mit ihren regelmäßigen Veröffentlichungen das Thema „Stiftung“ bekannt und die Multiplikatoren mit den Vorteilen, die sich mit einer eigenen gemeinnützigen Stiftung verbinden, vertraut gemacht hat.

... mit anschließendem Fullservice

Die Tatsache, dass alle Befragten die Beratung der Deutschen Stiftungsagentur als wichtige Entscheidungshilfe bei der Stiftungsgründung empfunden haben, bestätigt zusätzlich die Funktion der Agentur als Initiator von Stiftungsgründungen. 57 Prozent erklärten zudem, dass das Angebot der Deutschen Stiftungsagentur, die Stiftung zu errichten und alle Behördengänge abzuwickeln, maßgeblich zur positiven Entscheidung beigetragen hat.

Für 35 Prozent der Befragten war das Verwaltungsangebot der Stiftungsagentur einer der ausschlaggebenden Faktoren. Diese Zahlen machen deutlich, dass das Stiftungswesen maßgeblich von Unternehmen profitiert, die interessierte Personen professionell beraten und ihnen ein „Fullservice“-Angebot unterbreiten können.

Obwohl sich Stifter unwiderruflich von einem Teil ihres Vermögens trennen, stellt die Stiftung einen nicht unerheblichen Gegenwert, um nicht zu sagen, einen enormen Gewinn, dar.

83 Prozent der Befragten sagen aus, dass ihr Leben durch die eigene Stiftung bereichert wurde. Tanja Heller, Gründerin der „African Rainbow Foundation“: „Die Stiftung gibt die Möglichkeit etwas Sinnvolles zu tun, etwas vom eigenen Glück weiterzugeben. Es ist eine große Bereicherung für das eigene Leben, wenn man sieht, was mit den Spendengeldern erreicht werden kann – und das auch noch nachhaltig und dauerhaft.“

Aspekt der persönlichen Bereicherung ...

Zudem bringt es große Freude, die Stiftung mit persönlichem Engagement zu unterstützen.“ Dorothea Eden, Gründerin der gleichnamigen Stiftung, macht in diesem Zusammenhang auf einen weiteren, wichtigen Aspekt aufmerksam, mit dem sich auch andere Stifter identifizieren: „Die Stiftung ermöglicht mir das Fort-

setzen meiner beruflichen Tätigkeit auf anderer Ebene.“

... durch individuelle Zielumsetzung ...

Über 90 Prozent der Befragten verbinden mit dem Wirken ihrer Stiftung Glück und Freude. Anderen zu helfen und sich für eine bessere Welt einsetzen zu können macht sie glücklich. Stellvertretend für viele bemerkt Eduard Steinhauser über die Andreas Steinhauser-Stiftung: „Ich freue mich, dass durch die Stiftung sinnvolle soziale Arbeit gezielt gefördert wird.“

Rolf Dürr, der gemeinsam mit seiner Frau die Rolf und Inge Dürr-Stiftung gegründet hat, bemerkt: „Meine Frau und ich freuen uns darüber, dass wir mit unserem Nachlass und der Stiftung bedürftigen, kranken und behinderten Kindern helfen können, um ihnen hoffentlich ein besseres Leben in dieser Welt ermöglichen zu können. Ebenso freuen wir uns, dass wir dem Karlsruher Tierheim eine Unterstützung angedeihen lassen können, zumal wir selbst 30

Individualität seitens der Stifter gefragt – Umfrageergebnisse

Die Erhebung hat gezeigt, dass für das Beratungsangebot folgende Faktoren wesentlich sind: Der Berater sollte

- keine eigenen Interessen hinsichtlich des Stiftungszwecks und der Geldanlage/Vermögensverwaltung verfolgen,
- die Interessen des Stifters in den Vordergrund stellen und
- die Stiftung individuell konzipieren können.

Alle Befragten legten Wert auf eine individuelle Beratung und entsprechend persönlich konzipierte Stiftungskonstruktionen; die Stiftung soll die individuelle Situation des Stifters reflektieren. Dass die Stiftungsagentur diesen Anforderungen gerecht wird, wurde von allen Befragten bestätigt.

94 Prozent der Befragten stimmen der Aussage zu, mit der Deutschen Stiftungsagentur den richtigen Partner an der Seite zu haben; sechs Prozent haben sich in dieser Frage neutral verhalten, weil die Gründungen neueren Datums waren und sich die Befragten noch kein Urteil zutrauten.

Nahezu 100 Prozent Zustimmung erhielt die Deutsche Stiftungsagentur zu den Aussagen, dass sie aufkommende Fragen schnell und kompetent beantwortete, sie sehr gut erreichbar sei und Rückmeldungen schnell und zuverlässig erfolgten. In unseren Augen zählen Stifter zu den wichtigsten Akteuren einer gut funktionierenden Zivilgesellschaft; sie verdeutlichen mit ihrem Handeln, was es heißt, Teil einer Gesellschaft zu sein und für diese Verantwortung zu übernehmen; insofern erscheint es uns geboten, Stiftern jede erdenkliche Unterstützung zukommen zu lassen.

96 Prozent der Befragten gaben an, die Deutsche Stiftungsagentur guten Gewissens weiterempfehlen zu können.

Jahre lang Haustiere hatten.“ Dr. Wolfgang Weber, Gründer der Familie Weber-Stiftung, macht auf folgenden Aspekt aufmerksam: „Meine Stiftung soll auch meinen Eltern ein ehrendes und dankbares Andenken bewahren, haben sie es mir doch ermöglicht, in geordneten und gesicherten Verhältnissen meiner gewünschten Ausbildung nachzugehen.“ Und Ingrid von Hänisch, die die Stiftung menschenwürdiges Sterben ins Leben gerufen hat, sagt: „Die Stiftung bereichert mein Leben durch die Menschen, die ich dabei kennen lerne, und durch die Auseinandersetzung mit dem Thema.“

... mit bleibendem Gehalt

Das Gros der Stifter – 65 Prozent – hat sich bereits vor der Gründung der eigenen Stiftung regelmäßig gemeinnützig engagiert. Nur neun Prozent geben an, sich vor der Stiftungsgründung kaum gemeinnützig engagiert zu haben.

Dieser Befund lässt indessen einen anderen Grund hervortreten, warum gemeinnützige Stiftungen gegründet werden: Für 68 Prozent stellt die Stiftung eine gute Möglichkeit dar, den Nachlass zu regeln.

Nur zwölf Prozent konnten definitiv ausschließen, dass ihre Stiftung testamentarisch als Erbin eingesetzt wird. Vor diesem Hintergrund verwundert es nicht, dass 83 Prozent der Befragten Gefallen an dem Gedanken finden, mit ihrer Stiftung etwas Bleibendes zu hinterlassen.

Die Befragung hat allerdings auch ergeben, dass das Verhalten der Begünstigten noch nicht optimal ist.

Nur 61 Prozent der Befragten gaben an, durch die Begünstigten persönliche Anerkennung zu erfahren beziehungsweise regelmäßige Dankeschreiben zu erhalten. Bedenkt man, dass es eigentlich zum guten Ton gehört, sich für Zuwendungen – gleich welcher Art und Höhe – zu bedanken, ist diese Quote sicherlich ein wenig beschämend. **V&S**

²⁾ ebd., S. 229

³⁾ Siehe <http://www.econsense.de/%5Fcsr%5Finfo%5Fpool/%5Fcsr%5Fnachhaltigkeit/>, *econsense - Forum Nachhaltige Entwicklung der Deutschen Wirtschaft e. V.*

¹⁾ Drucksache 14/8900 vom 3. Juni 2002, Deutscher Bundestag, 14. Wahlperiode