

# Anerkennung und Selbstmarketing

## Die Vorteile einer gemeinnützigen Stiftungsgründung durch ein Familienunternehmen

Dass der Stiftung im Rahmen der Unternehmensnachfolge eine im wahrsten Sinne des Wortes tragende Rolle zuge-dacht werden kann, gehört mittlerweile zum Standard in der Beraterpraxis. Aber das ist nicht das einzige Motiv von Familienunternehmen, eine gemeinnützige Stiftung zu gründen. Mit stifterischem Engagement wird auch dem Bedürfnis, Verantwortung für das Gemeinwohl zu übernehmen, Ausdruck verliehen. Last but not least lassen sich mit dem gemeinnützigen Engagement auch diverse Marketingeffekte erzielen. **VON JÖRG MARTIN**

**I**m Unternehmensbereich wird die Stiftung spätestens dann thematisiert, wenn das Thema Nachfolge in den Blick gerät. Die Stiftung – gleich ob privat- und/oder gemeinnützig ausgerichtet – bietet sich für alle Unternehmer als Option an, die z.B. den Bestand des Unternehmens dauerhaft sichern wollen, Erbstreitigkeiten vermeiden möchten oder denen ein Nachfolger fehlt (ausführlich dazu S. 22/23).

### Alfried Krupp: Gebot der Sozialverpflichtung

Die Alfried Krupp von Bohlen und Halbach Stiftung verdankt beispielsweise einer solchen familiären Konstellation ihre Entstehung. Im April 1967 gab Alfried Krupp anlässlich einer Jubilarfeier in der Villa Hügel die Gründung einer gemeinnützigen Stiftung bekannt. Seine Entscheidung begründete er mit den Worten: „Es entspricht der Tradition des Hauses Krupp, erwerbswirtschaftliche Überlegungen,

so wichtig sie auch sind, nie isoliert vom Gebot der Sozialverpflichtung des persönlichen Eigentums zu sehen.“

Beispielhaft wird an diesem Zitat deutlich, was ein Begriff wie „Unternehmenskultur“ bedeuten kann: Verantwortung für die gesellschaftliche Entwicklung zu tragen, indem das gesellschaftsbezogene und gemeinnützige Engagement in die Unternehmensführung mit einbezogen wird. Unternehmen sind nicht nur Teil der Märkte, die sie versorgen und bedienen; Unternehmen sind auch Teil der Gesellschaft, in der sie wirken. Dieser

#### Der Mehrwert einer gemeinnützigen Stiftung

- strategisches Kommunikationsinstrument
- Dialog mit der Gesellschaft und Networking
- Unterstützung der Personalentwicklung
- Wahrnehmung Corporate Citizenship
- höheres Ansehen
- Ausdruck der Unternehmenskultur (Corporate Identity)
- Angebot des Corporate Volunteering für Mitarbeiter
- Stärkung der Mitarbeitermotivation

gesellschaftsbezogene Ansatz rückt auf der Ebene der Unternehmensführung immer stärker in den Vordergrund – Stichwort CSR – und führt immer häufiger dazu, das gesellschaftliche und gemeinnützige Engagement eines Familienunternehmens in den Kontext der Unternehmensnachfolge zu stellen – was jedoch nicht zwingend ist. Ein Familienunternehmen bzw. -unternehmer kann sich natürlich auch unabhängig von diesen Fragen gemeinnützig engagieren. Gerade zu Firmenjubiläen hegen Familienunternehmer den Wunsch, Dank zu sagen und der Gesellschaft einen Teil des eigenen Erfolgs zu erstatten.

Entgegen landläufiger Meinung bedarf die gemeinnützige Stiftung nicht einer immens hohen Kapitalausstattung. Das durchschnittliche Grundstockkapital beträgt hierzulande ca. 250.000 EUR. Millionenschwere Stiftungen – beispielhaft seien hier die VolkswagenStiftung, die Deutsche Bundesstiftung Umwelt und die Gemeinnützige Hertie-Stiftung erwähnt – bilden eher die Ausnahme denn die Regel. Bewährt hat sich in der Praxis beispielsweise die Variante, mit kleinem Grundstockvermögen zu beginnen und der Stiftung ein zinsloses Darlehen zu gewähren; oder die Gründung einer kleineren Treuhandstiftung, über die der Stifter seine umfangreiche Spendenpraxis darstellt, um gleich zu Beginn etwas „bewegen“ zu können.

### Die Stiftung als Marketinginstrument

Familienunternehmen können die gemeinnützige Stiftung behutsam auch als Marketinginstrument einsetzen. Der Marketingeffekt beginnt damit, dass der Name des Unternehmens auf die gemeinnützige Stiftung übertragen wird, das Unternehmen also zu erkennen gibt: „Wir kennen unsere gesellschaftliche Verantwortung und nehmen sie mit unserer Stiftung wahr.“ Unter den Top-15-Stiftungen mit dem

#### WEITERE INFORMATIONEN:

[www.krupp-stiftung.de](http://www.krupp-stiftung.de)

[www.ikea-stiftung.de](http://www.ikea-stiftung.de)

[www.sporthilfe.de](http://www.sporthilfe.de)

<http://identity-foundation.de>

➤ größten Stiftungsvermögen tragen neun den Namen eines Unternehmens. Weitere vier Stiftungen tragen den Namen des Unternehmers – ein bemerkenswerter Befund.

Ob nun die Bertelsmann Stiftung, die Allianz Kulturstiftung, die IKEA Stiftung oder die Deutsche Bank Stiftung – immer geben diese Namen das gemeinnützige Engagement eines Unternehmens kund. Der damit erzielte Imagetransfer ist kaum zu überschätzen, genießt das Instrument der Stiftung doch die höchste Anerkennung unter allen gemeinnützigen Organisationsformen. So brachte eine dimap-Studie Anfang 2000 ans Licht, dass 82% aller Bundesbürger das Instrument der gemeinnützigen Stiftung begrüßen. Mit qualifizierter Ausbildung und höherem Haushaltseinkommen steigt die Zustimmung sogar auf 94%.

Gut beraten ist ein Familienunternehmen, wenn es den Stiftungszweck der eigenen Stiftung an den Unternehmensgegenstand anlehnt bzw. wenn jener durch diesen motiviert ist. Ein Beispiel für die gelungene Anbindung des Stiftungszweckes an den Unternehmensgegenstand ist die IKEA Stiftung. Sie fördert die Wohn- und Lebenssituation von Kindern und Jugendlichen und engagiert sich für Projekte aus dem Bereich des Wohnens und der Wohnkultur. Die Stiftung „passt“ also zum Unternehmen – oder umgekehrt (lesen Sie dazu auch S. 76/77).

### Ein Türöffner par excellence

Gemeinnützige Stiftungen sind gute Kundenbindungsinstrumente, da sie eine interessante Gesprächsbasis mit dem Kunden bieten. In diesem Kontext: Stiftungen eignen sich für das „Netzwerken“ ideal – insbesondere für das Kontaktmanagement mit Top-Level-Zielgruppen.

Ein glänzendes Praxisbeispiel stellt die Stiftung Deutsche Sporthilfe dar, die 1967 von dem Unternehmer und Sportfunktionär Willi Daume initiiert wurde. Die aktuelle Besetzung des Stiftungsrates – im



Hier begann die Geschichte einer der großen gemeinnützigen Stiftungen Deutschlands: In der Villa Hügel gab Alfred Krupp die Gründung der Alfred Krupp von Bohlen und Halbach Stiftung bekannt.

Internet veröffentlicht – gibt zu erkennen, was in diesem Bereich prinzipiell möglich ist. Darüber hinaus macht der Internetauftritt auf weitere Optionen aufmerksam:

„Die Stiftung Deutsche Sporthilfe nutzt mehrere Großveranstaltungen, um auf ihre Ziele aufmerksam zu machen, Einnahmen zugunsten des Stiftungszweckes zu erzielen, aber auch, um Sportlern, Unterstützern, Unternehmern und Partnern die Möglichkeit zum Knüpfen neuer und Pflegen bestehender Kontakte zu geben.“

1998 errichtete Paul J. Kohtes, Gründer von heute Europas umsatzstärkster PR-Agentur Pleon Kohtes Klewes und einer der renommiertesten Kommunikationsexperten in Deutschland, die IDENTITY Foundation, indem er Anteile der Agentur auf die Stiftung übertrug. Auf die Frage, welche Vorteile ihm die Stiftung bietet antwortete er: „Diese Stiftung öffnet mir Türen, die sich vor mir als Privatperson nicht so leicht geöffnet hätten.“

Nicht zuletzt können Stiftungen dazu dienen, die Personalentwicklung des eigenen Familienunternehmens positiv zu

beeinflussen. Im Wettbewerb um die besten und qualifiziertesten Mitarbeiter hat gegebenenfalls das Familienunternehmen die Nase vorn, das sich gemeinwohlorientiert engagiert – weil es das bessere Image hat. Und sofern die Stiftung der Belegschaft des Familienunternehmens die Option eröffnet, sich einzubringen – Stichwort „Corporate Volunteering“ –, kann sich dies ebenfalls positiv auf die Mitarbeiter auswirken.



**Jörg Martin** ist Gründer und geschäftsführender Gesellschafter der DS Deutsche Stiftungsagentur GmbH in Neuss/

Düsseldorf, München und Berlin, einem bundesweit tätigen Dienstleister im Stiftungswesen. Er ist Mitglied mehrerer Expertenkommissionen und Stiftungsvorstände sowie Autor mehrerer Fachbücher und Mitherausgeber des „Rechtshandbuchs für Stiftungen“.