

SONDERBEILAGE: STIFTUNGEN

Der gemeinnützige Sektor verändert sein Gesicht

Steigende Professionalisierung der Akteure – Zunehmend marktähnliche Elemente

Von Brigitte Mohn *)

.....
Börsen-Zeitung, 24.11.2007
Marktanalysen, Gewinnprognosen und Anlageempfehlungen werden heutzutage als unverzichtbare Voraussetzungen für ein erfolgreiches Vermögensmanagement angesehen. Doch wenn es um die Verwendung von Mitteln für gemeinnützige Zwecke geht, sucht man oft vergeblich nach solchen Instrumenten.

Zwar ist mit Freude festzustellen, dass immer mehr Menschen sich mit privatem Vermögen, guten Ideen, kostbarer Zeit und wertvollen Erfahrungen für die Gesellschaft engagieren wollen. Sie sind bereit, ihr gemeinnütziges Wirken ebenso planvoll und ausdauernd zu betreiben wie ihre gewinnorientierten Geschäfte.

Geld sinnvoll zu spenden oder sozial zu investieren ist jedoch nicht einfach. „Man irrt, wenn man glaubt, dass Schenken eine leichte Sache sei“, erkannte schon der römische Philosoph Seneca. Und bis heute gibt es nur wenige Instrumente, die Stiftern, Spendern und sozialen Investoren bei ihren Entscheidungen im Hinblick auf gemeinnützige Investitionen unterstützen. Vielmehr sind potenzielle Investoren bei der Entscheidung über Form und Höhe ihres sozialen Engagements meist auf sich allein gestellt.

Dies belegt eine Studie, die die Bertelsmann Stiftung in Kooperation mit New Philanthropy Capital, Scorpio Partnership und WiSE Partnership, drei Beratungsunternehmen aus London und Genf, erstellt hat. Befragt wurden philanthropisch tätige Personen, die über ein großes Vermögen verfügen, sowie Family Offices in Großbritannien, der Schweiz und Deutschland. Viele Geber wünschen mehr Informationen zu wichtigen gesellschaftlichen Herausforderungen, mehr Transparenz über leistungsfähige gemeinnützige Organisationen, die als Mittelempfänger in Betracht kommen, sowie aussagekräftige Controlling-Instrumente. Diese Anforderungen stehen im Zusammenhang damit, dass gemeinnütziges Engagement zunehmend ein integrierter Teil des Vermögensmanagements wird – sowohl bei ver-

mögenden Privatpersonen als auch bei Family Offices. Dabei scheint es eine Korrelation zu geben zwischen der Höhe des finanziellen Engagements und der Integration des Engagements in die konkrete Vermögensplanung. Die Familien, die diese Aspekte – auch steuerlicher Natur – als Bestandteil ihres Vermögensmanagements begreifen, investieren mehr als 10% ihrer jährlichen Erlöse in gemeinnützige Aktivitäten. Privatpersonen, die mehr als 20% ihrer Zeit in Gemeinnützigkeit investieren, machen dieses Engagement zu einem zentralen Faktor in ihrer Vermögensplanung. Geber, die mehr als 40% ihrer Zeit investieren, stellen zusätzlich Synergien zwischen dem gemeinnützigen Engagement und ihren geschäftlichen Interessen her.

Im gemeinnützigen Sektor sind also deutliche Veränderungen der Spieler im Markt zu beobachten. Wie beschrieben, sehen wir auf der Nachfrageseite finanzstarke, aber auch anspruchsvolle Geldgeber. Dies resultiert unter anderem daraus, dass gemeinnützig orientierte Geldgeber sich immer häufiger bereits in der Mitte ihres Lebens für soziale Zwecke finanziell engagieren. Damit bringen sie den Arbeitsstil, die Kreativität und die Erfolgserwartungen aus ihrem unternehmerischen Umfeld mit und übertragen dies auf ihr gemeinnütziges Engagement. Auf der Angebotsseite sehen wir ebenfalls eine steigende Professionalisierung der Akteure. Auch die Angebotsvielfalt hat deutlich zugenommen; wo in früheren Zeiten möglicherweise nur das örtliche Armenhaus oder die Kirche im Vordergrund der Wahrnehmung standen, wird uns heute jeden Tag ein Vielfaches an förderungswürdigen Zwecken aus aller Welt bekannt.

So wie sich auf den Finanzmärkten parallel mit zunehmender Bedeutung, steigendem Volumen, Internationalisierung und Diversifizierung auch Methoden und Plattformen zum transparenten Handel entwickelten, so zeigt sich heute eine ähnliche Entwicklung im gemeinnützigen Sektor, der zunehmend marktähnliche Elemente enthält. In einer Vielzahl von Aktivitäten im gemeinnützigen Sektor sehen wir eine Weiterentwicklung durch Adaption von

wirtschaftlichem Denken. Sicher sollte beachtet werden, dass spezifische Gegebenheiten und Erfolgskriterien existieren und Verfahrensweisen aus der Wirtschaft bei einer Übertragung oftmals angepasst werden müssen. Dennoch birgt dieser Transferprozess großes Potenzial.

Nehmen wir beispielsweise das Merkmal Transaktionskosten. Sowohl die Geldgeber wie auch die um Fördermittel ringenden gemeinnützigen Organisationen beklagen die hohen Transaktionskosten, die im Prozess des Zusammenkommens entstehen. Gemeinnützige Organisationen müssen oftmals ein Labyrinth von Stiftungen und öffentlichen Töpfen durchforsten, um ihre Arbeit durchführen und langfristig sichern zu können. Dafür müssen sie unverhältnismäßig viel Zeit investieren, die dann für die Bearbeitung des eigentlichen Anliegens fehlt. Auf Seiten der Geldgeber herrscht oftmals Unkenntnis darüber, welche Organisationen (unabhängig von ihrer Größe) effizient und effektiv und damit besonders förderungswürdig sind. Aufgrund der mangelnden Transparenz ist es fast unmöglich, strategisch auf erfolgreichen Investitionen anderer Förderer im Sinne von Anschlussfinanzierungen, Rollouts oder Franchise-Modellen aufzubauen.

Transparente Marktplätze

Bisher klaffen also die Erwartungen im Hinblick auf Transparenz sowie die Gewohnheiten der Akteure in der Geschäftswelt und der Welt des gemeinnützigen Engagements oftmals noch auseinander. Im Sinne einer Transparenzsteigerung im gemeinnützigen Sektor wäre nun Folgendes vorstellbar: eine Börse, die im gemeinnützigen Sektor Geldgeber und Geförderte zusammenbringt. An einem solchen Handelsplatz könnten sich für größere Projekte viele Partner zu Geberkonsortien zusammenfinden. Auf diese Weise ließen sich gänzlich neue Finanzierungsmöglichkeiten für drängende globale und kostspielige gesellschaftliche Anliegen finden. Wie an der Finanzbörse könnten Standards und unabhängige Bewertungen dafür sorgen, dass so-

ziale Investoren neben der Verwirklichung ihrer individuellen ethischen Vorstellungen auch Sicherheit erlangen würden über die qualitative Führung der von ihnen geförderten Organisationen sowie über eine soziale Rendite.

Die Stärkung der Entscheidungskompetenz von sozialen Investoren wird zu einer wirkungsorientierten, effizienten Vergabe von Mitteln führen. Transparenz trägt zur Vertrauensbildung, zur Motivierung von Gebern und zur öffentlichen Legitimierung bei. Die Bereitschaft zum Engagement, insbesondere bei Großspendern und innovativen sozialen Investoren, wird gesteigert.

Erste Beispiele zur Schaffung der wünschenswerten transparenten Marktplätze gibt es schon: Wie in zahlreichen anderen Ländern, etwa den Niederlanden und Großbritannien, finden sich auch in Deutschland mehr und mehr Portale, auf denen man Organisationen finden kann, die sich für eine Förderung besonders empfehlen. Spendensiegel sorgen dafür, dass sich ein gemeinsames Verständnis für Qualität entwickelt. In Brasilien und Südafrika haben sich bereits sogenannte Sozialbörsen etabliert, durch welche Spender bzw. Spenderkonsortien mit ausgewählten und qualitätsgesicherten gemeinnützigen Projekten zusammenge-

bracht werden.

All diese Ansätze und Überlegungen zeigen eine klare Tendenz zur immer stärkeren Übernahme von marktwirtschaftlichen Prinzipien im gemeinnützigen Sektor. Insofern gibt es die berechtigte Hoffnung, dass sich „Markt“-Analysen und Anlageempfehlungen auch hier zu Selbstverständlichkeiten entwickeln – zur besseren und verlässlichen Vertrauensbildung und zum Wohle der gemeinnützigen Organisationen, der Spender bzw. sozialen Investoren und der Allgemeinheit.

.....
*) Dr. Brigitte Mohn ist Vorstandsmitglied der Bertelsmann Stiftung