



# WIFU\_kompakt\_46:

## Philanthropie – wirksam Gutes tun

Es ist nicht nur die in Art. 14 des Grundgesetzes festgehaltene Sozialbindung des Eigentums, die vermögende Einzelpersonen oder Unternehmerfamilien zu philanthropischem Engagement führt. In vielen vermögenden Familien gibt es eine tief verwurzelte Tradition, sich dem Gemeinwohl verpflichtet zu fühlen – sei es durch gemeinnützige Stiftungen, durch Sponsoring am Standort des Unternehmens, durch mäzenatische Aktivitäten, mittlerweile aber auch durch neuere Varianten von Projektunterstützung.

### Welche Formen philanthropischen Engagements gibt es?

Lange etabliert sind drei sozusagen klassische Formen der Philanthropie. Diese sind Spenden an gemeinnützige Organisationen, die Gründung einer Stiftung sowie Zustiftungen an bestehende Stiftungen. Es gibt eine Reihe weiterer Instrumente des Engagements, die jedoch meist nicht den Anforderungen der Gemeinnützigkeit entsprechen. Gleichwohl können auch auf diesen Wegen gemeinwohlorientierte Aktivitäten gefördert werden. Nachfolgend eine kurze Übersicht solcher Möglichkeiten.

- **Corporate Social Responsibility (CSR):** Hierbei engagiert sich ein Unternehmen über seine wirtschaftlichen Interessen hinaus für gesellschaftlich relevante Themen, bspw. durch Spenden, Ko-Finanzierung von Mitarbeiterspenden oder durch die Förderung von ehrenamtlichem Engagement der Mitarbeiter.
- **Impact Investing:** Dieser Begriff umfasst Investitionen in Unternehmen oder Organisationen, um neben einer finanziellen Rendite auch messbare Auswirkungen auf Gesellschaft oder Umwelt zu erzielen. Impact Investing schließt somit die Lücke zwischen renditeorientierten Investitionen und Spenden für soziale Zwecke.
- **Kleinkredite für die Mikrofinanzierung:** Hier liegt der Fokus auf der Unterstützung von Menschen in wirtschaftlich benachteiligten Regionen, damit sich diese durch den Aufbau einer dauerhaften wirtschaftlichen Existenz selbständig aus der Armut befreien können.
- **Philanthropisches Darlehen:** Hierbei stellt ein Philanthrop einer gemeinnützigen Organisation oder einer Stiftung einen Geldbetrag zur Verfügung und verzichtet auf die Verzinsung des Betrages.
- **Venture Philanthropy:** In der Venture Philanthropy wird Private Equity bzw. Risikokapital eingesetzt, um soziale, ökologische oder gesellschaftliche Themen voranzubringen. Darüber hinaus unterstützen die Investoren auch mit Mentoring, Beratung und Netzwerkkontakten.
- **Social Business:** Sozialunternehmen haben das Ziel, soziale und ökologische Probleme nachhaltig und effektiv zu lösen.
- **Public-Private Partnership (PPP):** Hierunter ist eine langfristige Kooperation zwischen einer öffentlichen Institution und einem privaten Unternehmen zu verstehen, um öffentliche Aufgaben gemeinsam zu planen, zu finanzieren, zu realisieren und zu betreiben.

### Wie findet man das passende Engagement für sich?

Philanthropie ist die bewusste Haltung von wirtschaftlich erfolgreichen Familien oder Einzelpersonen, sich für die Gesellschaft zu engagieren. Entscheiden sie sich hierfür, erwarten Geber und Geberinnen meist eine Kombination aus persönlicher Erfüllung, gesellschaftlichem Impact und der Möglichkeit, die eigenen Werte mit Leben zu erfüllen. Die Gewichtung ihrer jeweiligen Erwartungen hängt dann von den individuellen Prioritäten, den persönlichen Erfahrungen und dem gesellschaftlichen Kontext ab. Je klarer diese Erwartungen formuliert sind, desto konkreter jedenfalls können die richtigen Entscheidungen getroffen werden.

### Ist Philanthropie auch ein Thema für die NextGen?

Ja – und der Begriff *NextGen-Philanthropie* beschreibt eine neue Ära der Philanthropie, geprägt durch junge, technologieaffine Menschen aus den Generationen der Millennials und der Generation Z. Diese neue Kohorte von Philanthropen bringt innovative Denkweisen in die Welt des Gebens ein: Wirkung, Nachhaltigkeit und aktive Beteiligung. Ein herausragendes Merkmal der NextGen-Philanthropie ist der Einsatz von Technologie und die Ausrichtung auf Ergebnisse. NextGens begnügen sich nicht damit, Geld zu geben, sondern sie möchten sicherstellen, dass ihre Unterstützung einen messbaren positiven Einfluss hat. Millennials und die Gen Z orientieren sich stark an ethischen Prinzipien und sozialen Idealen. Themen wie Klimaschutz, soziale Gerechtigkeit sowie die Förderung von Vielfalt und Inklusion stehen bei ihren Projekten oft im Vordergrund. Junge Philanthropen setzen auch oft auf Partnerschaften, um ihre Ziele zu erreichen, sei es mit anderen Wohltätern, Unternehmen, gemeinnützigen Organisationen oder Regierungen. Diese kollaborative Herangehensweise schafft Synergien und erhöht die Reichweite und Wirkung von Projekten.

### Wie kann man sich engagieren, wenn man keine Zeit hat, tief in die Materie einzusteigen?

Der persönliche Einsatz kann, je nach Form des Engagements, tatsächlich recht hoch sein. Auch kann die Vielzahl an sozialen und ökologischen Herausforderungen dazu führen, dass Ressourcen zu breit gestreut und ineffektiv eingesetzt werden. Es ist eine nicht zu unterschätzende Herausforderung, eine langfristige Perspektive zu entwickeln, auch wenn die Mittel kurzfristig zur Verfügung gestellt werden sollen.

Ein hierzulande noch recht neues Instrument ist ein *Giving Fund* bei einer Dachstiftung, der ähnlich wie eine eigene Stiftung eingesetzt werden kann. Hierbei gibt eine Person Geld in einen von ihr benannten Giving Fund und kann dies steuerlich geltend machen. Das Guthaben kann dann (unabhängig vom Einzahlungszeitpunkt) an Organisationen oder Projekte im In- und Ausland weitergeleitet werden. Durch eine breite Satzung der Dachstiftung können fast alle anerkannten gemeinnützigen Zwecke gefördert werden. Dieses Instrument ist in letzter Zeit insbesondere durch „The Giving Pledge“ von Bill Gates und anderen bekannt geworden.

### Wie wirksam sind philanthropische Aktivitäten?

Die Umsetzung philanthropischen Engagements ist komplex und mit verschiedenen Herausforderungen verbunden. Immer wieder scheitern philanthropische Aktivitäten an nicht hinreichend konkretisierten Zielen oder gar an einer unrealistischen Zielsetzung, die keine messbaren Ergebnisse liefert. Dabei gibt es durchaus Messgrößen für bspw. soziale Projekte. Solche Key Performance Indikatoren (KPI) sollten an den Zielen des Projekts ausgerichtet sein, um den sozialen Nutzen und die Wirksamkeit der Maßnahmen zu bewerten. Hier nur einige solcher KPIs:

- Wie viele Menschen haben von den Maßnahmen profitiert?
- Veränderung von Einkommen, Bildung oder Gesundheitsstatus
- Rückgang von Krankheiten, bessere Ernährung oder psychisches Wohlbefinden
- Verbesserung der sozialen Teilhabe benachteiligter Gruppen
- Kosten pro Begünstigtem

Ein Projekt braucht Zeit, um sicht- und messbare Veränderungen in der Zielgruppe und später in der Gesellschaft zu bewirken. Auch kann es sinnvoll sein, die Skalierbarkeit eines Projektes im Blick zu behalten, um an anderer Stelle die gemachten Erfahrungen einsetzen zu können. Die Messung der Wirkung schließlich ist notwendig, um die Effektivität der Maßnahmen durch das Projekt zu bewerten.

**In der Reihe WIFU\_kompakt:** Die NextGen motivieren /// Unternehmerfamilie werden und bleiben /// Guter Start für die NextGen /// Wie aus Töchtern Nachfolgerinnen werden /// Eignungsdiagnostik in der Familie? /// Das Unternehmen als geliehenes Erbe /// Die Kunst des Loslassens **In der Reihe Praxisleitfaden:** Philanthropie im Wandel /// Vermögensanlage von Unternehmerfamilien /// Einführung in die Vermögenskultur /// Treuhändermentalität in wachsenden Unternehmerfamilien /// Gesellschafterkompetenz in Familienunternehmen /// Zusammenhalt in Unternehmerfamilien /// Familienstrategieentwicklung in Unternehmerfamilien /// Die acht Weisheiten langlebiger Familienunternehmen /// Erfolgsmuster von Mehrgenerationen-Familienunternehmen **WIFU-Studien:** New Work in Familienunternehmen /// Gesellschafterkompetenz in Unternehmerfamilien **Schriftenreihe:** Hansen: Post-Merger-Integrationsprozesse bei mittelständischen Familienunternehmen /// Lehner: Co-Leading Sibling Teams in Family Firms /// Ammer: Die Organisation der Unternehmerfamilie in Stämmen **Leseempfehlungen:** Rösen, Heider: Aktive Eigentümerschaft in Familienunternehmen /// Simon, Wimmer, Groth: Mehr-Generationen-Familienunternehmen **Bitte nutzen Sie den kostenfreien Download der WIFU-Publikationen unter [wifu.de/bibliothek/](http://wifu.de/bibliothek/) oder den QR-Code.**

