

Menschenfreundlichkeit mit Strategie

26

27

Von Andi Götz

Das Fürstentum Liechtenstein setzt auf Philanthropie. Damit soll auch das Image des Finanzplatzes Liechtenstein aufpoliert werden. Wer aber Geld für einen guten Zweck investiert, hat wohl mehr im Sinn als die Marke Liechtenstein zu stärken.

**Wer Geld für einen guten
Zweck investiert, hat mehr
im Sinn als die Marke
Liechtenstein zu stärken**

Das Wort «Philanthropie» bedeutet Menschenfreundlichkeit und umfasst alle gemeinnützigen Handlungen. Häufig ist damit aber der Einsatz von Geld für eine gemeinnützige Tätigkeit, ein Projekt oder eine Organisation gemeint, sei es für kulturelle, soziale, ökologische, sportliche oder andere Zwecke. Die Regierung schreibt in ihrem «Futuro»-Bericht, man wolle den Begriff Philanthropie eng mit dem Namen Liechtenstein verknüpfen und einen namhaften Bestand an entsprechendem Stiftungsvermögen aufbauen: «Damit wird die Marke Liechtenstein mit einer positiven Konnotation versehen». Auch die unlängst gegründete Vereinigung liechtensteinischer gemeinnütziger Stiftungen VLGS schreibt auf ihrer Website: «Gemeinnützige Stiftungen leisten einen erheblichen Beitrag zur Reputation des Finanzplatzes». Es ist also zu erwarten und zu hoffen, dass sich diesbezüglich in Liechtenstein einiges tut.

Stiftungstätigkeit nicht an die grosse Glocke hängen?

Gefordert ist aber nicht nur die Regierung oder eine Vereinigung von gemeinnützigen Stiftungen. In erster Linie ist es wichtig, dass

die gemeinnützigen Stiftungen selber ihr Geld sinnvoll, zielgerichtet und erfolgsorientiert einsetzen. Als ehemaliger Geschäftsführer einer Non-Profit-Organisation in Liechtenstein durfte ich über viele Jahre immer wieder erfahren, welch ein Segen viele liechtensteinische Stiftungen mit ihrer unbürokratischen Unterstützung für unzählige kleine und grosse Anliegen sind. Gleichzeitig ist mir immer wieder aufgefallen, dass man die Aktivitäten der Stiftung nicht an die grosse Glocke hängt, eher versucht man den Aufwand klein zu behalten und reisst sich nicht darum, mit einer Flut von Gesuchen eingedeckt zu werden. Georg von Schnurbein, Leiter des Centre for Philanthropy Studies an der Universität Basel schreibt: «Aus Angst vor einer Gesuchswelle bleiben Stiftungen intransparent und schwer erreichbar – und widersetzen sich damit jedem Stifterwillen, der ja grundsätzlich die Ausschüttung von Vermögen oder Erträgen zum Ziel hat.»

Ziel einer jeden gemeinnützigen Stiftung müsste es demnach sein, möglichst viele möglichst gute Gesuche zu erhalten, um eine grosse Auswahl an unterstützenswürdigen Projekten und Organisationen zu haben. Nur: wer soll diese Gesuche bearbeiten, wer soll beurteilen, welche davon gut sind und welche bloss Luftschlösser verkaufen wollen? Hier stossen viele Stiftungen bereits an ihre Kapazitätsgrenzen. Häufig verfügen aber Stiftungen auch nicht über eine klare Vision und entsprechende Zielsetzungen, die von allen Stiftungsrätinnen und Stiftungsräten geteilt werden. Ein heilsamer Schritt wäre also bereits das Festlegen klarer Ziele, die die Stiftung erreichen will, sofern dies aus der Stiftungsurkunde nicht vollumfänglich klar ist.

Zur Person

Andi Götz, 53, Rechtsanwalt (CH-Zulassung), hat die Götz Charity Consulting AG in Schaan gegründet (www.charityconsulting.li). 1996 bis 2012 war er Geschäftsführer der Internationalen Alpenschutzkommission CIPRA, die ihren Sitz ebenfalls in Schaan hat.



Foto: Günther Meier

Gerade in Zeiten der knapper werdenden Mittel ist es immer wichtiger, das Geld möglichst effizient einzusetzen.

abgedeckt ist und desto weniger man sich sicher sein kann, dass der Stifter oder die Stifterin diese Freiheit auch goutieren würde. Was Stiftungen ebenfalls häufig vernachlässigen, ist die Erfolgskontrolle. Es ist aber davon auszugehen, dass es den Stiftungsräten nicht egal ist, was sie mit dem ausgeschütteten Geld erreichen – dem Stifter wird es ganz sicher nicht egal gewesen sein, als er sich entschlossen hat, eine grosse Summe Geld für gemeinnützige Zwecke zur Verfügung zu stellen.

Klare Strategie – effiziente Umsetzung

Ein glaubwürdiges philanthropisches Engagement bedarf deshalb einer klaren Strategie, gefolgt von einem entschlossenen Bekenntnis, diese Strategie umzusetzen. Gerade in Zeiten der knapper werdenden Mittel ist es immer wichtiger, das Geld möglichst effizient einzusetzen. Dies bedeutet erstens, dass tatsächlich Ausschüttungen in einer angemessenen Höhe getätigt werden und zweitens, dass diese zu einem sehr hohen Anteil der Verfolgung des gemeinnützigen Stiftungszwecks und der festgelegten Strategie dienen müssen. Nur «zu einem sehr hohen Anteil» und nicht «ausschliesslich» deshalb, weil Stiftungsräte auch Menschen sind und weil es menschlich ist, dass man Steckenpferde hat und Bekannte, denen man zutraut, mit Stiftungsgeldern gute Dinge zu tun. Auch Philanthropie darf lustvoll sein. Die Freiheit, sich hier auszuleben ist allerdings umso geringer, je weniger dies durch den Stiftungszweck

Wenn den Stiftungen aber Zeit und Personal fehlen, um die Gesuche umfassend zu prüfen, die Projekte zu begleiten und die Projekterfolge zu evaluieren, dann kann die erhoffte Wirkung nicht sichergestellt werden. Deshalb sind sie gut beraten, entweder selber fachkundiges Personal zur optimalen Erfüllung ihrer Aufgaben einzustellen oder die entsprechenden Dienstleistungen einzukaufen. Diese Fachleute sollen dem Stiftungsrat nicht die Entscheidung abnehmen, sondern Stärken und Schwächen von Gesuchen aufzeigen und damit eine Entscheidungshilfe anbieten.

Die Frage, ob die angestrebte Wirkung mit dem eingesetzten Geld tatsächlich erreicht werden kann, sollte im Übrigen schon bei der Prüfung des Finanzierungsgesuches abgeklärt werden. Denn ein Projekt, das nicht schon in der Planungsphase fassbare Umsetzungsziele mit klar definierten Aktivitäten und erwarteten Wirkungen definiert, wird keine messbaren Erfolge vorweisen können. ■