

&Stiftung Sponsoring

Ausgabe 4|2015

Das Magazin für Nonprofit-
Management und -Marketing



www.stiftung-sponsoring.de

**WAS HEISST HIER SOZIAL?
WIE SICH UNTERNEHMEN ENGAGIEREN**

GESPRÄCH

Sozialunternehmerin Juliane Kronen über ihre Idee zur Gründung eines gemeinnützigen Start-up sowie zu Umsetzung und Herausforderungen

AKTUELLES

Mit dem Deutschen Engagementpreis 2015 werden erstmals auch die Ausrichter von Preisen und das Engagement für Flüchtlinge gewürdigt

SCHWERPUNKT

Unternehmen setzen sich auf verschiedene Weise für soziale Belange ein und weisen dabei Schnittmengen mit dem Engagement von NPO auf

DIE QUALITATIVE SÄULE DES BUSINESSPLANS

Eine Detailanalyse wesentlicher Kriterien vor der Stiftungsgründung

von Nicole Dildei, Frankfurt am Main

Damit eine Stiftungsidee zum Erfolg führt, gilt es, im Vorfeld der Gründung wesentliche Inhalte zu definieren. Hierzu gehören sowohl qualitative als auch quantitative Aspekte, die eine stichhaltige Formulierung der Stiftungssatzung ermöglichen und die Stiftung inhaltlich für ihre Lebensdauer aufstellen sollen.

Der qualitative Analyseteil des Businessplans beschäftigt sich mit der Gründungsidee sowie einer eindeutigen Leistungsbeschreibung – heute und in 100 Jahren: Inwieweit trägt die Stiftung zur Verbesserung der förderungswürdigen Situation bei? Gibt es für die Stiftung und die Förderaktivitäten dauerhaften Bedarf und kann die Stiftung langfristig unter verschiedenen Aspekten aktiv einen Beitrag leisten?

DIE BESTANDTEILE DES QUALITATIVEN BUSINESSPLANS

Stiftungsidee – Die sorgfältige und präzise Festlegung der Aufgabe einer Stiftung, des originären Stiftungszwecks, ist Ausgangspunkt der Betrachtung aller weiteren Aspekte. Die Motivation des Stifters für die Idee ist im weiteren Verlauf des Stiftungslebens maßgeblich für die Stiftungssatzung.

Gründungspersonen – Die Bestimmung der Gründungspersonen ist zunächst entscheidend für die steuerrechtliche Behandlung. Indes ist auch deren Vita relevant, um

die Arbeitsweise und Ausrichtung, das Netzwerk und die Organbesetzung einer Stiftung einzuschätzen. Es ist für die Stiftungsarbeit ebenfalls wichtig, ob der Stifter persönlich aktiv in der Stiftung tätig ist oder eher als Kapitalgeber fungiert.

Wettbewerbsanalyse – Ein wesentliches Augenmerk vor der Stiftungsgründung muss in der Suche und Analyse von Stiftungen und Institutionen liegen, die denselben oder ähnliche Stiftungszwecke verfolgen, um die Relevanz der Stiftungsidee zu ermitteln. Wo gibt es welche inhaltlichen Überschneidungen? Wer oder was wird wo gefördert? Welche Kooperationen bestehen? Welche Größe und Fördervolumen haben die Wettbewerber?

Zielgruppenanalyse – Welche Subjekte, Objekte, Regionen etc. stehen im Fokus der Stiftungsarbeit? Gibt es besondere Schwerpunkte? Welche Altersgruppen werden gefördert? Braucht die identifizierte Zielgruppe auch in 100 Jahren noch Unterstützung?

Förderaktivitäten/Projektplan – Die konkreten Förderaktivitäten und Projektideen sollten bereits benannt werden können. Ist die Stiftung operativ tätig oder ist sie eine reine Förderstiftung? Hiervon hängt im Wesentlichen die Wahl der Organisationsstruktur, aber auch die Struktur der zukünftigen Aktivitäten ab.

Organisationsstruktur – Sie bildet das Grundgerüst der Stiftung, muss mit dem Zweck und der Art der Stiftungsarbeit genau abgestimmt sein und sollte flexibel in der Gestaltung bleiben. Die Anzahl der Organe steht in engem Zusammenhang mit dem Kapitalstock sowie der Art der Förderung. Die Struktur sollte nicht zu komplex ausgestaltet, Machtübergewichte ausgeschlossen sein, damit die langfristige Handlungsfähigkeit der Stiftung und somit die Ämterbesetzung gewährleistet bleibt.

Besetzung der Stiftungsorgane – Die Erstbesetzung der Stiftungsorgane ist in den meisten Fällen – insbesondere zu Lebzeiten des Stifters – gesichert. Hierin liegt jedoch eine große Verantwortung für die Zukunft:

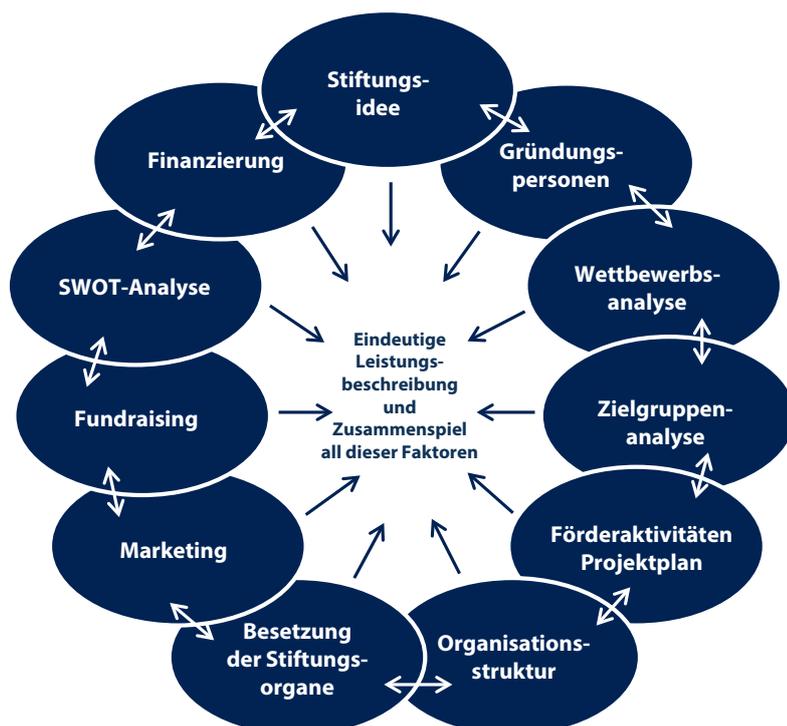


Abb.: Zusammenspiel der qualitativen Analysen des Businessplans

Sind die ausgewählten Personen für die Erfüllung des Stiftungszwecks die Richtigen? Welche Beziehungen könnten zu Schwierigkeiten bzw. Abhängigkeiten führen? Die Wiederwahloptionen sowie die Nachbesetzung sind vorab sinnvoll zu regeln, insbesondere bei rein ehrenamtlichen Posten. Welche Anreize könnten Menschen in 100 Jahren haben, sich für die Stiftung ehrenamtlich zu engagieren?

Marketing – Es ist vorab festzulegen, welche Marketingaktivitäten sowie -ausgaben sinnvoll und notwendig sind.

Fundraising – Spendenwerbung ist für die Mehrzahl der existierenden Stiftungen mittlerweile von großer Bedeutung, da sie eine Zusatzeinnahmequelle darstellt. Hier gilt es, effizient festzulegen, mit welchen Mitteln das Fundraising langfristig erfolgen soll.

SWOT-Analyse – Als kurze Zusammenfassung ist die Abbildung vorhandener Chancen und Risiken sinnvoll. Hieraus ergibt sich ein iterativer Prozess, der zum Überdenken der Grundannahmen führt, bis das Gesamtbild stimmig ist.

Finanzierung – Für die meisten Stiftungen ist es wesentlich, dass der Kapitalstock von Beginn an ausreicht, um den Stiftungszweck zu erfüllen. Die Definition sinnvoller Vermögensanlagekriterien ist mit entscheidend für den Erfolg einer Stiftung.

KURZ & KNAPP

Der qualitative Analyseteil des Businessplans ist eine sehr gute Möglichkeit, sich über alle relevanten Bereiche einer Stiftungsgründung einen Überblick zu verschaffen, und regt zum Überdenken an. Die Summe der Analyseergebnisse bildet die Grundlage für eine abschließende Entscheidung über die Relevanz der Stiftungsidee bzw. der Veränderung und Feinadjustierung getroffener Annahmen, um ein langfristiges Stiftungsleben zu sichern. ■

ZUM THEMA

in Stiftung&Sponsoring

Bender, Roland / Portmann, Julia / Zeides, Roland: Qualität in der Ausbildung. Zusammenhänge vermitteln – Abhängigkeiten erkennen – Spielräume gestalten, S&S 2/2015, S. 28-29

Dildei, Nicole: Der „Businessplan“. Eine Antwort auf die neuen Anforderungen in der Stiftungswelt, S&S 3/2015, S. 24-25

Schlichting, Jürgen: Stiftungsgründung aus unternehmerischer Perspektive. Ein Stiftungskonzept zur Sicherung von Nachhaltigkeit und Flexibilität, S&S RS 3/2015

[In S&S 5/2015: Die quantitative Säule des Businessplans. Eine umfangreiche Zahlenanalyse als sichere Grundlage für eine erfolgreiche Stiftungsarbeit]

Nicole Dildei ist selbstständige, strategische Unternehmensberaterin im Bereich Stiftungswesen und Immobilienwirtschaft bei der D&D Unternehmensberatung GmbH, nd@dud-unternehmensberatung.de, www.dud-unternehmensberatung.de



Anzeige



Bank für Sozialwirtschaft



Vertrauen Sie unserer Expertise.

Zum Beispiel bei Bauvorhaben, Bewertung von Pflegeimmobilien, Investitionen, Factoring oder Leasing. Wir bieten Ihnen das gesamte Leistungsspektrum einer Universalbank, kombiniert mit jahrzehntelanger Erfahrung im Gesundheits- und Sozialwesen. Für Finanzplanung mit Umsicht.

Sprechen Sie mit uns. Wir haben die Lösung.

Telefon 0221 97356-0 | bfs@sozialbank.de | www.sozialbank.de | www.spendenbank.de

Die Bank für Wesentliches



Wir sorgen für Orientierung



Mit Stiftung&Sponsoring immer auf dem Laufenden!

- Aktuell, anschaulich, fundiert
- Praxisbeispiele, Fachartikel, Anregungen
- Kurze, prägnante Beiträge
- Inkl. regelmäßiger Fachbeilage „Rote Seiten“
- Autoren aus Wissenschaft und Praxis
- Alle wichtigen Themen des Nonprofit-Bereichs
- **Alle 2 Monate (druck-)frisch auf den Tisch**

Abonnieren Sie jetzt das führende Fachmagazin für Nonprofit-Management und -Marketing mit jeweils 6 Ausgaben pro Jahr plus Sonderausgaben zum Preis von 126,80 €

Nachlässe für Buchhandlungen/Bibliotheken (15 %), Redaktionen / Verlage (20 %), Studierende (40 %) und für jedes weitere Abonnement (50 %)



Wir begrüßen jeden neuen Abonnenten mit einem **Gratis-Exemplar** „Die verkaufte Verantwortung: Das stille Einvernehmen im Fundraising!“ von Alexander Glück



Stiftung&Sponsoring Verlag
Bleichestr. 305 · D-33415 Verl
Telefon (0 52 46) 92510-0
abo@stiftung-sponsoring.de
www.stiftung-sponsoring.de



JA, ICH ABONNIERE S&S FÜR 1 JAHR

NAME, VORNAME

FIRMA/INSTITUTION (falls Lieferanschrift)

STRASSE/HAUSNUMMER

PLZ/ORT

TELEFON (für Rückfragen)

EMAIL

DATUM, UNTERSCHRIFT

ZAHLUNG PER RECHNUNG ZAHLUNG PER BANKEINZUG

IBAN

BIC

Ich möchte das Abo beginnen mit der Ausgabe

ICH BIN DER FREUNDSCHAFTSWERBER

und erhalte auf mein bestehendes Abo für das Folgejahr einen einmaligen Jahresrabatt von 50%

NAME, VORNAME

ABO-NUMMER ODER RECHNUNGSNUMMER

DATUM, UNTERSCHRIFT

Das Abonnement verlängert sich jeweils um ein Jahr, wenn es nicht bis acht Wochen vor Ablauf gekündigt wird. Die Bestellung kann ich binnen 2 Wochen nach Bestelldatum schriftlich beim Stiftung&Sponsoring Verlag, Bleichestr. 305, D-33415 Verl, widerrufen (Datum des Poststempels).