

Das A und O des Stiftungsmanagements

von Nicola Schuldt-Baumgart

Eine Stiftung zu gründen steht am Anfang – doch um die damit verbundenen Ziele langfristig zu erreichen, braucht es ein durchdachtes Management.

„Allein der gute Wille reicht nicht“, sagt Birgit Quiel. Sie ist Inhaberin von Profundus, Stiftungsberatung und Stiftungsmanagement in Oestrich-Winkel. Eine wichtige Rolle spielen auch die Organisation der Stiftung, um Stiftungsziele verwirklichen zu können. Rechtliche Rahmenbedingungen, gute Planung, geeignete Kooperationen und ein sorgfältiger Aufbau der Stiftungsmarke seien wichtige Aspekte des Stiftungsmanagements.

Formulierung des Stiftungszwecks ist entscheidend

„Der Stiftungszweck muss unmissverständlich formuliert sein“, sagt Birgit Quiel. Der potenzielle Spender muss auf Anhieb erkennen können, ob die Stiftung mit ihrer Ausrichtung auch seine Ziele (z. B. bedrohte Tierarten, ein bestimmtes Tierheim, heimische Waldtiere, Tiere in Afrika oder andere) unterstützt. Mit einer genauen Definition des Stiftungszwecks können außerdem zu hohe Verwaltungskosten oder dubiose Methoden zur Spendengewinnung von vornherein ausgeschlossen werden.

Wer ist meine Zielgruppe?

„In der Regel hat jeder Spender bereits eine konkrete Vorstellung davon, für welchen guten Zweck er sein Geld einsetzen möchte“, sagt die Stiftungsexpertin. Eine üppige Stiftungslandschaft macht es dem interessierten Spender also einfacher, sein Geld zielgerichtet einzusetzen. Es bedeutet aber auch, dass im Fundraising eine genaue Zielgruppenanalyse durchgeführt werden muss, um effektiv und „gewinnbringend“ zu arbeiten.

Transparenz der Stiftungsarbeit

Transparenz ist der entscheidende Erfolgsfaktor der Stiftungsarbeit. Erst sie schafft für die Spender und Partner Glaubwürdigkeit. „Die Außendarstellung der Stiftung ist ebenso von Bedeutung wie der Nachweis über den Verbleib der Spendengelder“, sagt die Stiftungsexpertin. Mit Transparenz, entsprechender Kommunikation und PR-Arbeit könne man Einmalspender in Dauerspender wandeln, neue Förderer gewinnen und die Stiftung erfolgreich am Markt positionieren.

Stiftungskapital nachhaltig anlegen

Gerade in Zeiten der Krise ist es wichtig, das Stiftungskapital nachhaltig anzulegen. „Bei Stiftungen, deren Mittel von einer bestehenden Kapitaldecke vollständig getragen werden, ist die finanzielle Nachhaltigkeit zwar strukturell gesichert“, so Birgit Quiel. Dennoch sollte regelmäßig geprüft werden, ob die Art der Vermögensanlage im Einklang mit den Stiftungszielen steht. Es empfiehlt sich, Investitionen zu wählen, die mit einem der Sustainability bewertenden Indizes versehen sind. Dieses „Siegel“ schützt vor imageschädigenden Investitionen, die den Verdacht des Greenwashing (Vortäuschen von ethischem Bewusstsein) erwecken könnten.

Fundraising und Kooperationen

Bei dem Werben um Spenden sollte die Stiftung garantieren, dass der Spendenbetrag nicht durch einen unangemessenen Verwaltungsanteil geschmälert wird, erklärt Birgit Quiel. Kooperationen vergrößern zudem den Wirkungsgrad der Stiftungsarbeit. Gleichzeitig findet ein Know-how-Transfer statt und die entstehenden Kosten verteilen sich auf die beteiligten Partner.