

### Plan B

Wie es gelingen kann, dass sich immer mehr Menschen mit  
eigenem Vermögen für die Lösung gesellschaftlicher Aufgaben engagieren

Michael Busch, [Stiftungszentrum.de](http://Stiftungszentrum.de)

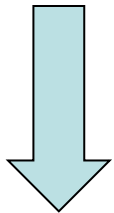
Stiftertag Nürnberg 29.09.2012

**...Streit um  
Armuts- und  
Reichtumsbericht.**

.... ob und wie privater  
Reichtum für die Finanzierung  
öffentlicher Aufgaben  
herangezogen werden kann.

.... es geht allein um das Thema  
der gesellschaftlichen  
Verantwortung und des  
Engagements ....

## Agenda



Ausgangslage

Schlüssel

Umsetzung

Ausblick

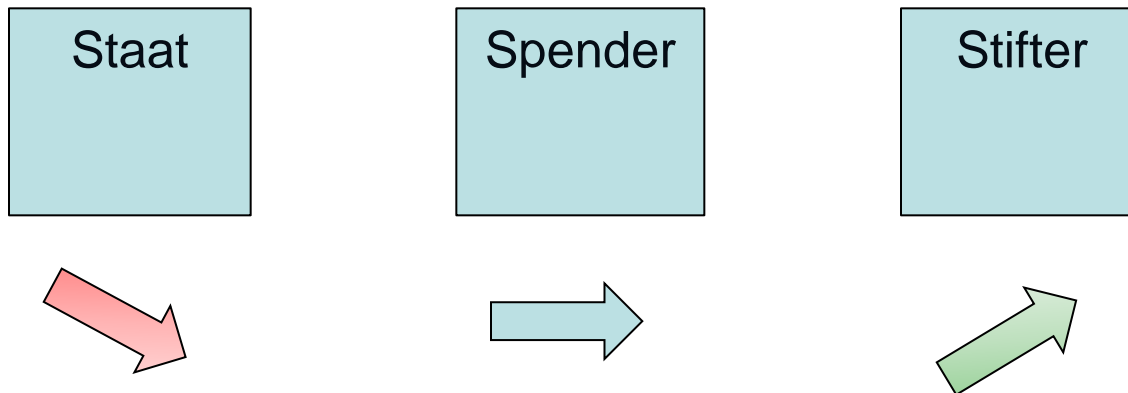
Ressourcen für gesellschaftliche Herausforderungen

Den Gewinn von Engagement erleben

Ansatzpunkte für gemeinnützige Organisationen

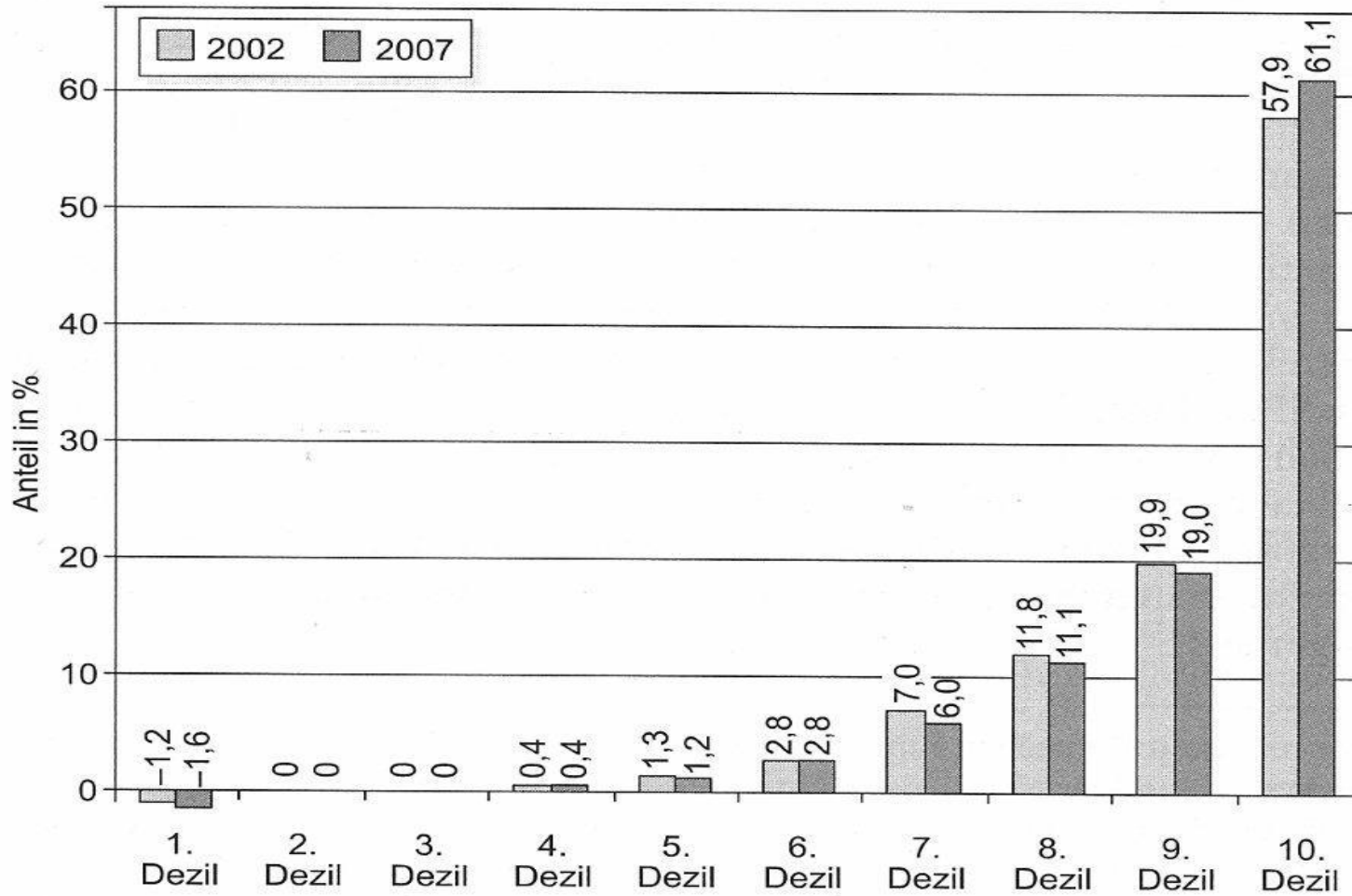
Eine Kultur des Stiftens

Woher können zusätzliche Ressourcen für die Lösung gesellschaftlicher Aufgaben kommen ?



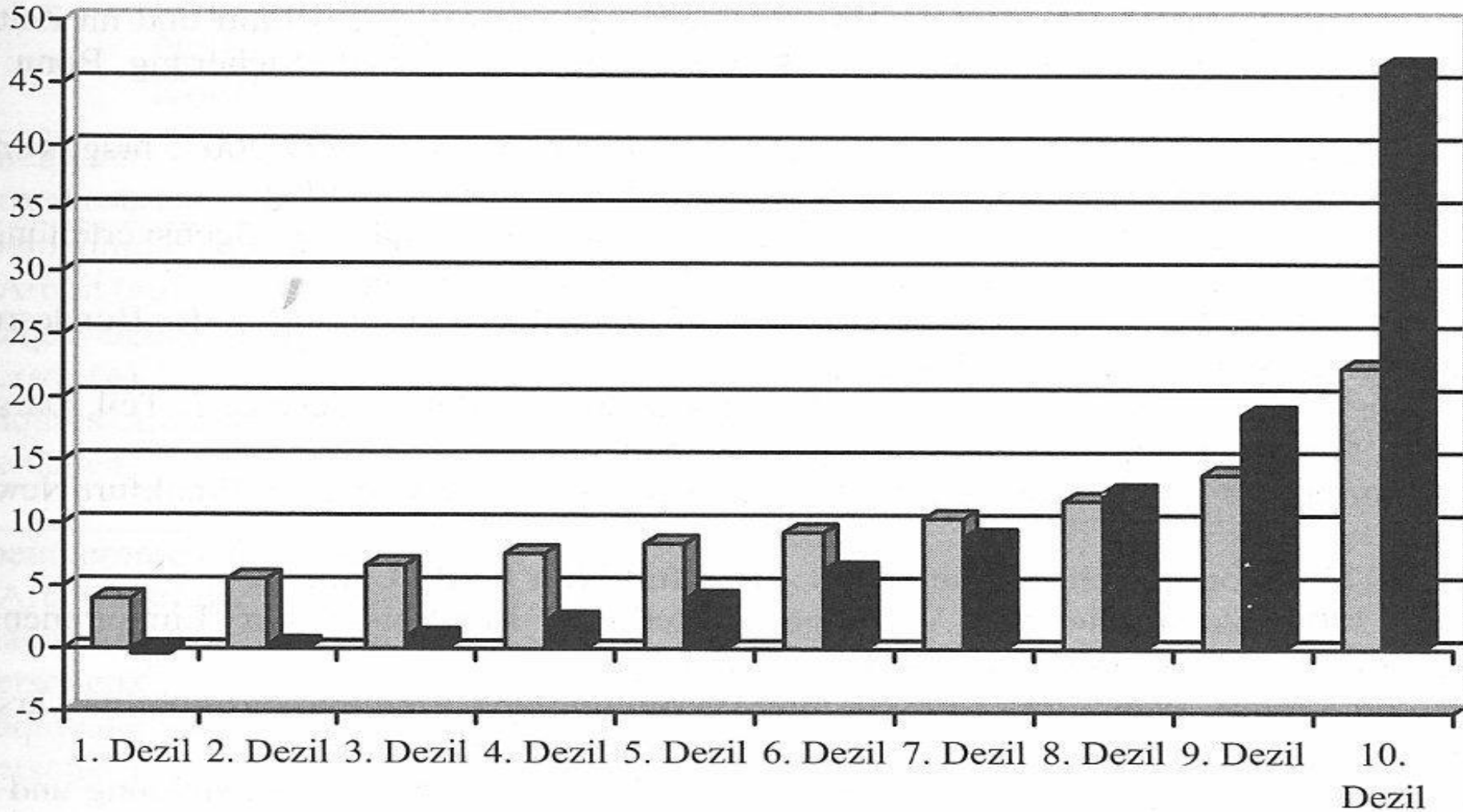
Als „Stifter“ werden hier Stiftungen, vermögende Privatpersonen, Unternehmen, Service Clubs und Fördervereine bezeichnet, die jährlich mehr als 5.000 Euro für die Lösung gesellschaftlicher Aufgaben einsetzen

# Ausgangslage



Vermögensverteilung nach SOEP, 2002, 2007. Quelle Frick/Grabka, 2010

# Ausgangslage



## Daten zum Vermögen in Deutschland

- Das oberste 1 % der Bevölkerung verfügt über 23 % des Vermögens  
Frick, Grabka u.a.: Die Verteilung der Vermögen in Deutschland (2010)
- 924.000 Menschen in Deutschland verfügen über ein Nettofinanzvermögen von mindestens 1 Mio \$.  
Merril Lynch, Capgemini: World Wealth Report (2011)
- Ein außerordentlich hoher Anteil der Vermögenden ist gesellschaftlich engagiert. 73 % engagieren sich mit Geldspenden. Die gespendeten Beträge liegen im Durchschnitt bei 4.500 Euro (vs. 325 Euro in der Gesamtbevölkerung)  
Lauterbach , Druyen , Grundmann: „Vermögen in Deutschland“ (2011)

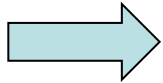
## Ausgangslage

Frei verfügbares Kapitalvermögen In Euro	Durchschnittliches Gesamtvermögen In Euro	Median der jährlichen Spendensumme
200 – 500 T	1,07 Mio	350 €
500 – 1 Mio	2,45 Mio	1.060 €
1 Mio und mehr	5,2 Mio	1.800 €
Gesamt		1.150 €

Daten einer qualitativen Befragung von 472 reichen Haushalten  
Quelle: Lauterbach / Druysen / Grundmann, Vermögen in Deutschland 2011.



- Es gibt einen Widerspruch zwischen *Engagementbereitschaft* und *Engagementumfang*
- Vermögende erleben ihr Engagement zu selten als etwas Eigenes. Deswegen setzen sie den Umfang ihres Gebens nicht in Bezug zu ihrem Potenzial.



„Wenn immer mehr Privatpersonen und Unternehmen konkret erleben, was die Gesellschaft und sie selbst durch ihr gesellschaftliches Engagement gewinnen können und wenn sie effektive Unterstützung auf ihrem Weg erhalten - dann können viele gesellschaftliche Aufgaben nachhaltig gelöst werden“.

*„Man gibt in diese Sache etwas rein und hat das Gefühl: Das ist man eigentlich selber“.*

(Zitat Stifterstudie, 2005)

## Was können Stifter durch ihr Engagement gewinnen ?

- Gestalten können
- Wirkungen erkennen
- Zusammenhänge verstehen
- Kontakte erleben
- Umfeld einbinden
- Anerkennung erhalten
- Kontrolle behalten



Wie ermöglichen Organisationen, dass sich dieser Gewinn verwirklicht ?

- **Gestalten können:** Spendenaktionen, Projekte, Kooperationen
- **Wirkungen erkennen:** Individuelle Ergebnisberichte
- **Zusammenhänge verstehen:** Filme, Vorträge, Expertengespräche
- **Kontakte erleben:** Gespräche, Stifterabende, Präsentationen
- **Umfeld einbinden:** Gremien besetzen
- **Anerkennung erhalten:** Rückmeldung von Begünstigten, Presseberichte
- **Kontrolle behalten:** Eigene Vehikel, Transparente Verwaltung

Wie können Organisationen die Ansprache von Stiftern gestalten ?

- „The overall effect of need on giving is small“
- Möglichkeiten statt Bedarfe aufzeigen
- Stiftererfolge herausarbeiten
- Keine Produkte sondern Beratung anbieten



## Grundverständnis



Privatpersonen und Unternehmen geben gemeinnützigen Organisationen ihr Geld, damit diese gesellschaftliche Aufgaben lösen.

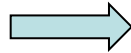
## Grundverständnis

Privatpersonen und Unternehmen wollen mehr als nur ihr Geld geben. Sie wollen

- gefragt werden, wo und wie Sie helfen wollen, Ziele vorgeben können und Erfolge ihres Engagements messen.
- sich in Kooperationen einbringen.
- andere begeistern z.B. mit eigenen Spendenaufrufen, Tombolas,
- gesehen werden in ihrem Engagement.

## **Ansprache**

„Helfen Sie uns damit wir effektiv helfen können“.



## **Ansprache**

„Wir helfen Ihnen, damit Sie effektiv helfen können.“

## **Erfolgsreports**

Was hat die Organisation mit dem Geld erreicht, Höhe der Verwaltungskosten etc.

## **Erfolgsreports**

Was hat der Stifter mit Hilfe des Services erreicht.

## **Kommunikationswege**

Organisation sucht Förderer insbesondere durch Mailings, Anzeigen, Beilagen.

## **Kommunikationswege**

Stifter sucht Organisation - Stifter gewinnen weitere Förderer und werden darin von der Organisation unterstützt.

## Welche Hilfen sollten Stiftern angeboten werden?

- Projektservice
- Spendenservice
- individueller Vermögensservice
- Kommunikationsservice
- Persönliche Betreuung – Treffen, Reisen
- Testamentsservice





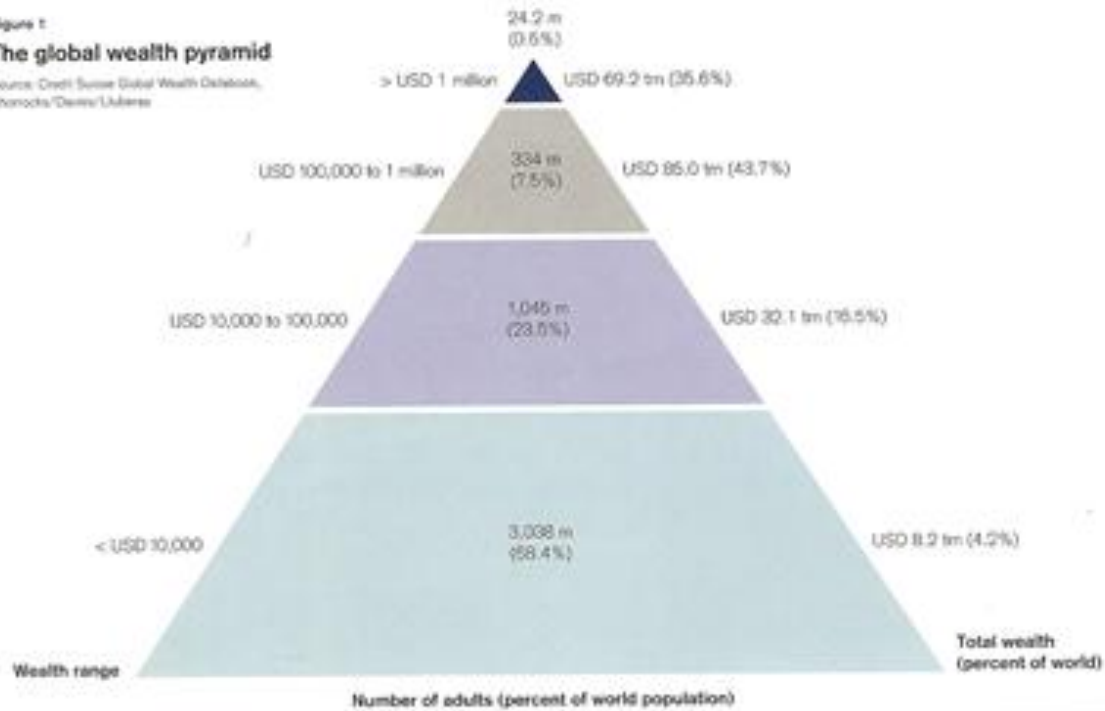
Warum ist eine Orientierung zum Umfang des Stifterengagements hilfreich?

- Die Frage nach der Orientierung ist produktiv
- Soziale Informationen beeinflussen die Entscheidung
- Eine Orientierung macht Helfen überzeugend

## Den Ausgangspunkt kennen

Figure 1  
**The global wealth pyramid**

Source: Credit Suisse Global Wealth Database,  
Ehmanns/Davies/Likieris



### „Give Five“ - Ein Szenario

- Wenn in Deutschland jeder jährlich 0,5 % seines Vermögens geben würde, wären dies mindestens 30 Mrd. €
- Wenn die reichsten 0,5 % der Weltbevölkerung jährlich 0,5 % ihres Vermögens geben würden, wären dies ca. 445 Mrd. \$

PLAN B – Wie es gelingen kann, dass sich immer mehr Menschen mit eigenem Vermögen für die Lösung gesellschaftlicher Aufgaben engagieren.

Hrsg. Alexander Brochier Stiftung, Bestellung: [www.brochier-stiftung.de](http://www.brochier-stiftung.de)

Ansprechpartner: Michael Busch, [michael.busch@stiftungszentrum.de](mailto:michael.busch@stiftungszentrum.de)

