



Stiftungsforschung auf den Punkt gebracht: Der Wissenschaftliche Dienst des Bundesverbandes Deutscher Stiftungen bereitet im Stiftungsfokus aktuelle Themen für Stiftungsakteure, Medienschaffende, Politikerinnen und Politiker sowie alle am Stiftungswesen Interessierten auf.

Den Stiftungsfokus finden Sie digital unter www.stiftungen.org/stiftungsfokus

Nr. 15: Transparenz gegenüber der Öffentlichkeit: Aktuelle Zahlen aus dem Stiftungssektor

Erhebungszeitraum:
8. bis 20. November 2017

Stiftungen im Panel:
553 im Erhebungszeitraum

Rücklaufquote:
44,5 Prozent

Konzeption, Durchführung und Analyse:
Wissenschaftlicher Dienst
des Bundesverbandes
Deutscher Stiftungen

Transparenz gegenüber der Öffentlichkeit

Aktuelle Zahlen aus dem Stiftungssektor

Antje Bischoff und Theresa Ratajszczak

Geht es um Transparenz im Stiftungssektor, wird gern der Wahlspruch „Tue Gutes und rede darüber“ zitiert. Was nicht jeder weiß: Dieses Bonmot ist der Titel eines bereits im Jahre 1961 erschienenen Buches, das sich der Frage widmet, wie die Wirtschaft um Vertrauen werben kann. Stiftungen stehen vor derselben Aufgabe. Denn wenn sie gemeinnützige, mildtätige oder kirchliche Zwecke verfolgen, sind sie in Deutschland steuerbegünstigt. Daraus erwächst für Stiftungen eine besondere Verantwortung nicht nur dem Staat, sondern auch der Öffentlichkeit gegenüber – zumal das Informationsinteresse der Bevölkerung mit dem Stiftungswachstum der letzten Jahrzehnte zugenommen hat. Die regelmäßige Darstellung von Eckdaten zu Mittelherkunft und -verwendung, zu Tätigkeiten sowie zu Organisations- und Entscheidungsstrukturen gehört zum „Basispaket Transparenz“ einer jeden Stiftung, wie der Bundesverband Deutscher Stiftungen in seinen Grundsätzen guter Stiftungspraxis erläutert.¹ Tatsächlich sind im Zuge der Transparenzdebatte aus dem Dritten Sektor heraus eine Reihe von Kodizes, Instrumenten und Selbstverpflichtungen entstanden: Sie sind einerseits Ausdruck einer starken und

¹ Die Grundsätze guter Stiftungspraxis hat die Mitgliederversammlung des Bundesverbandes Deutscher Stiftungen 2006 auf dem Deutschen Stiftungstag in Dresden verabschiedet. Eine kommentierte Ausgabe der Grundsätze erschien 2014: Bundesverband Deutscher Stiftungen (Hg.): Die Grundsätze guter Stiftungspraxis. Erläuterungen, Hinweise und Anwendungsbeispiele aus dem Stiftungsalltag. Berlin 2014, S. 61.

unabhängigen Zivilgesellschaft, führen jedoch andererseits in ihrer Fülle zu einer gewissen Unübersichtlichkeit.²

Gesetzliche Mindestanforderungen für die öffentliche Bereitstellung wesentlicher Informationen über Stiftungen³ gibt es allerdings nicht, wohingegen deutsche Kapitalgesellschaften bereits seit 2007 ihre Bilanz, Namen der Geschäftsführung etc. offenlegen müssen. Dennoch empfiehlt sich für Stiftungen schon jetzt: „Wer für das Gemeinwohl tätig wird, sollte der Gemeinschaft sagen: Was die Organisation tut, woher die Mittel stammen, wie sie verwendet werden und wer die Entscheidungsträger sind.“⁴

Wie halten es Stiftungen also mit der Transparenz gegenüber der allgemeinen Öffentlichkeit? Welche Kennzahlen publizieren sie regelmäßig? Gehen sie Selbstverpflichtungen zur Transparenz ein? Diese und weitere Fragen beantwortet die aktuelle StiftungsPanel-Befragung.

Publizität und Transparenz – Definitionen

Publizität kennzeichnet als Funktionsbeschreibung alle Rechtsvorschriften, die auf die Offenlegung bestimmter Informationen gegenüber der Allgemeinheit gerichtet sind (Publizitätsakte) oder bestimmte Rechtsfolgen festlegen (Publizitätswirkungen).

Der Begriff der Transparenz ist weiter gefasst: Auf Transparenz zielen alle Maßnahmen, durch die eine Organisation nach innen (z. B. gegenüber Mitgliedern oder Gesellschaftern) wie nach außen (z. B. gegenüber Vertragspartnern, Zuwendungsgebern, Behörden oder auch der Allgemeinheit) bestimmte Informationen wie Rechnungslegung, Geschäftsberichte, steuerliche Rechnungslegung, Gehaltsstrukturen etc. offenbart.⁵

² Krimmer, Holger; Weitemeyer, Birgit; Kleinpeter, Saskia; Vogt, Benedikt; von Schönfeld, Friedrich: *Transparenz im Dritten Sektor. Transparenzstudie*, hg. v. Bucerius Law School und Bündnis für Gemeinnützigkeit. Hamburg 2014, S. 3.

³ Ausgenommen sind Stiftungen in der Rechtsform einer gemeinnützigen Kapitalgesellschaft wie gGmbH oder gAG.

⁴ Siehe Präambel der Selbstverpflichtungserklärung der „Initiative Transparente Zivilgesellschaft“ (ITZ). www.transparency.de/fileadmin/Redaktion/Mitmachen/ITZ/Initiative-Transparente-Zivilgesellschaft-SVE.pdf (zuletzt geprüft am 03.05.2018)

⁵ Die Begriffsdefinitionen sind folgender Studie entnommen: Krimmer, Holger et al. 2014, wie Fußnote 2, S. 8

Die wichtigsten Ergebnisse

Die Stichprobe der mit dem StiftungsPanel befragten Stiftungen lässt sich wie folgt charakterisieren:

Fast zwei Drittel der befragten Stiftungen orientieren sich an einem Leitbild (64,2 Prozent, n=246), von diesen hat über die Hälfte das Leitbild schriftlich festgehalten (54,5 Prozent, n=158). Die Rechnungslegung erfolgt bei einem Drittel der befragten Stiftungen in Form einer Einnahmen-Ausgaben-Rechnung mit Vermögensübersicht, d. h. mittels einfacher Buchführung. Der Anteil der Stiftungen mit doppelter Buchführung ist bei kleinen Stiftungen mit einem Kapital bis unter 1 Million Euro deutlich geringer als bei großen Stiftungen (44,2 Prozent, n=113 vs. 82,0 Prozent, n=133).⁶ Kleine Stiftungen lassen ihre Jahresrechnung außerdem seltener als große von einem Wirtschaftsprüfer kontrollieren (31,9 vs. 77,4 Prozent).

**Fast 70 Prozent
der Spenden sammelnden
Stiftungen orientieren
sich an einem Leitbild**

Allgemeine Charakteristika der Stichprobe (in Prozent)

	Stiftungskapital			Spenden sammeln	
	Gesamt	bis unter 1 Mio Euro	1 Mio Euro und mehr	ja	nein
n=	246	113	133	160	82
„Orientiert sich die Arbeit der Stiftung an einem Leitbild?“					
Ja	64,2	63,7	64,7	68,8	53,7
Nein	29,3	29,2	29,3	21,9	45,1
Keine Angabe möglich	6,5	7,1	6,0	9,4	1,2
„In welcher Form wird in Ihrer Stiftung die Jahresrechnung erstellt?“					
Einfache Buchführung (Einnahmen-Ausgaben-Rechnung und Vermögensübersicht)	33,3	54,9	15,0	32,5	35,4
Doppelte Buchführung (Bilanz und Gewinn- und Verlustrechnung)	64,6	44,2	82,0	65,6	63,4
Wir stellen gerade auf die doppelte Buchführung um.	0,4	0,0	0,8	0,0	0,0
Keine Angabe möglich	1,6	0,9	2,3	1,9	1,2
„Wird die Jahresrechnung Ihrer Stiftung von einem Wirtschaftsprüfer geprüft?“					
Ja	56,5	31,9	77,4	54,4	61,0
Nein	42,3	67,3	21,1	44,4	37,8
Keine Angabe möglich	1,2	0,9	1,5	1,3	1,2

⁶ Wenn im Folgenden von kleinen Stiftungen gesprochen wird, sind damit Stiftungen mit einem Kapital bis unter 1 Million Euro gemeint. Liegt das Kapital bei 1 Million Euro und mehr, wird von großen Stiftungen gesprochen.

Über drei Viertel der kleinen Stiftungen werben Spenden ein

Knapp zwei Drittel der befragten Stiftungen sammeln Spenden (65,0 Prozent, n=246); kleine Stiftungen tun dies häufiger als große (77,0 Prozent, n=113 vs. 54,9 Prozent, n=133). Die Aufteilung des Datensatzes nach Verwirklichung⁷ des Stiftungszwecks zeigt: Drei Viertel der operativen Stiftungen sowie über 70 Prozent der sowohl fördernd als auch operativ tätigen Stiftungen sammeln Spenden (75,0 Prozent, n=44, bzw. 71,8 Prozent, n=110). Bei reinen Förderstiftungen beträgt dieser Anteil nur etwas mehr als die Hälfte (52,2 Prozent, n=92).

Über zwei Drittel der befragten Stiftungen überprüfen die Wirksamkeit ihrer Kommunikation mit der Öffentlichkeit

Überprüfung der Wirksamkeit der Stiftungsarbeit (in Prozent)

„Überprüft Ihre Stiftung regelmäßig die Wirksamkeit ihrer Arbeit im Hinblick auf ...“



Über 80 Prozent der befragten Stiftungen überprüfen die Effizienz des Mitteleinsatzes (85,0, n=246). Allerdings sind unter den Spenden sammelnden Stiftungen immerhin knapp 11 Prozent, die diese Frage mit „Nein“ beantwortet haben (10,6 Prozent, n=160).

Nur rund 57 Prozent der reinen Förderstiftungen überprüfen die Wirksamkeit der Stiftungsarbeit im Hinblick auf das Verhalten gegenüber Fördersuchenden (56,6 Prozent, n=92), über ein Fünftel tut dies nicht (21,7 Prozent).

Stiftungen, die keine Spenden sammeln, überprüfen ihre Kommunikation mit der Öffentlichkeit seltener als Spenden sammelnde Stiftungen (54,9 Prozent, n=82 vs. 74,4 Prozent, n=160). Doch auch wer Spenden einwirbt, evaluiert nicht immer die Wirksamkeit seiner Außenkommunikation: Knapp ein Fünftel dieser Stiftungen hat die entsprechende Frage verneint (17,5 Prozent). Der Anteil derjenigen, der diesbezüglich keine Wirksamkeitskontrolle vornimmt, ist bei den reinen Förderstiftungen mit knapp einem Drittel besonders hoch (32,6 Prozent, n=92 vs. 15,9 Prozent der operativen Stiftungen, n=44 bzw. 17,3 Prozent der sowohl fördernd als auch operativ tätigen Stiftungen, n=110).

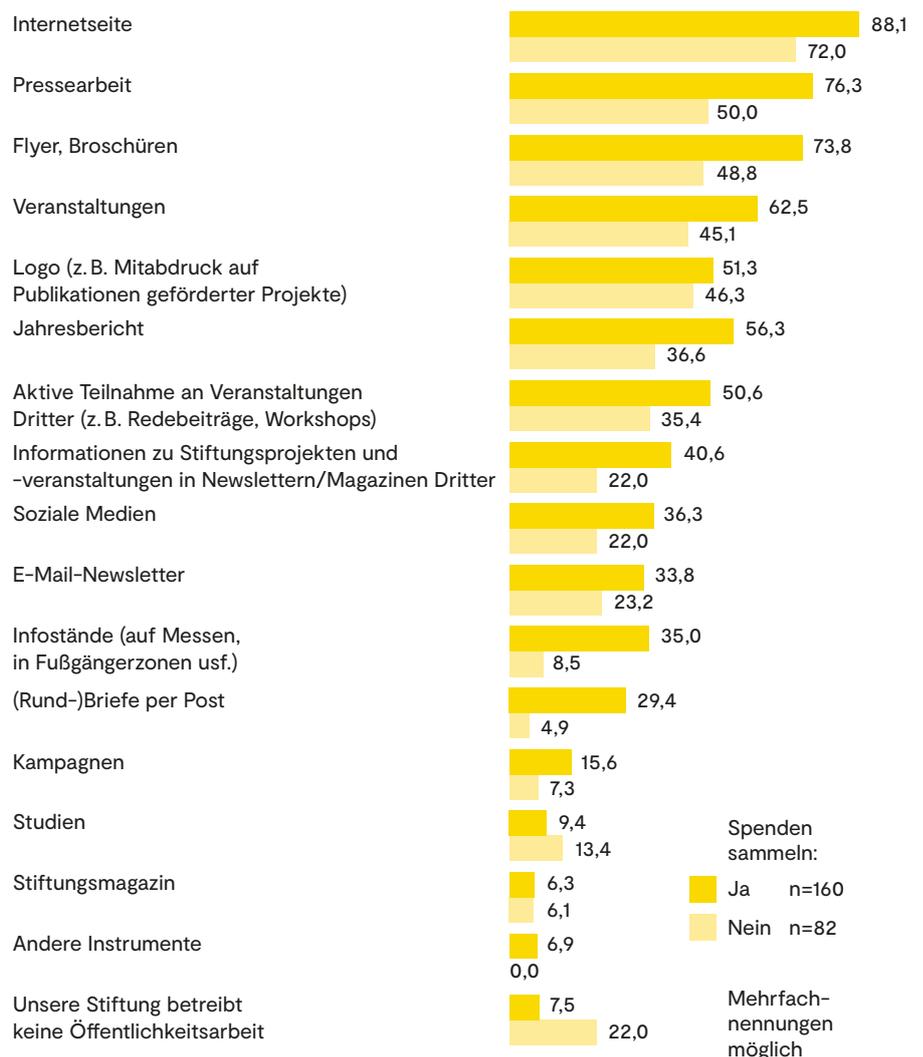
⁷ Stiftungen unterscheiden sich in der Art, wie sie ihre Zwecke verwirklichen. Fördernde Stiftungen vergeben ihre Mittel auf Anfrage an Dritte. Operative Stiftungen erfüllen ihre Aufgaben durch Eigenprojekte oder Trägerschaften selbst und stellen ihre Erträge nicht anderen zur Verfügung. Einige Stiftungen nutzen beide Arten der Aufgabenverwirklichung: Sie sind sowohl operativ als auch fördernd tätig.

Die befragten Stiftungen nutzen eine Fülle von Instrumenten für ihre Öffentlichkeitsarbeit (Mehrfachnennungen möglich, n=246): Die eigene Internetseite (82,9 Prozent), Pressearbeit (67,5 Prozent) sowie gedruckte Werbe- und Informationsmaterialien wie Flyer und Broschüren (65,9 Prozent) belegen die ersten drei Plätze, an sechster Stelle folgt der Jahresbericht (49,6 Prozent). Spenden sammelnde Stiftungen unterscheiden sich dabei in fast allen Punkten deutlich von denjenigen, die keine Spenden einwerben. Eine besonders ausgeprägte Differenz von jeweils rund 25 Prozentpunkten ergibt sich für die Instrumente „Infostände“, „Pressearbeit“, „Flyer, Broschüren“ sowie „(Rund-)Briefe per Post“ – die Prozentsätze sind bei den Spenden sammelnden Stiftungen höher. Umgekehrt verhält es sich bei der Frage, ob überhaupt Kommunikation nach außen stattfindet: Über ein Fünftel der Stiftungen, die keine Spenden sammeln, haben angegeben, keine Öffentlichkeitsarbeit zu betreiben (22,0 Prozent, Mehrfachnennungen möglich, n=82). Bei Spenden sammelnden Stiftungen sind es 7,5 Prozent (n=160).

**Ein geringer Prozentsatz
Spenden sammelnder
Stiftungen macht gar keine
Öffentlichkeitsarbeit**

Instrumente der Öffentlichkeitsarbeit (in Prozent)

„Welche Instrumente der Öffentlichkeitsarbeit nutzt Ihre Stiftung?“



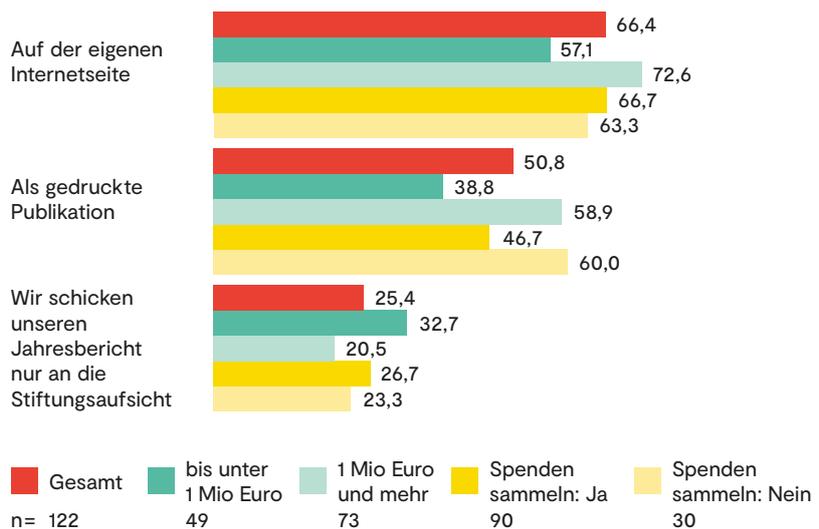
Von allen Befragten nutzen operative Stiftungen am häufigsten Soziale Medien für die Öffentlichkeitsarbeit. Über die Hälfte der operativen Stiftungen setzt diese digitalen Kommunikationstools ein, während es bei reinen Förderstiftungen nur etwas mehr als ein Zehntel ist (52,3 Prozent, n=44 vs. 13,0 Prozent, n=92, Mehrfachnennungen möglich).

Rund zwei Drittel der befragten Stiftungen, die einen Jahresbericht erstellen, publizieren diesen auf der eigenen Internetseite (66,4 Prozent, Mehrfachnennungen möglich, n=122), bei großen Stiftungen beträgt dieser Anteil über 70 Prozent (72,6, n=73). Ein knappes Drittel der kleinen Stiftungen schickt den Jahresbericht lediglich an die Stiftungsaufsicht (32,7 Prozent, n=49).

Über ein Viertel der Spendensammelnden Stiftungen schickt den Jahresbericht nur an die Stiftungsaufsicht

Publikation des Jahresberichts (in Prozent)

„Sie haben angegeben, dass Ihre Stiftung einen Jahresbericht erstellt. Wie machen Sie diesen publik?“



Mehrfachnennungen möglich

Die Frage, ob ihr Jahresbericht auch Angaben zu den Stiftungsfinanzen enthält, haben 13,2 Prozent der befragten Stiftungen verneint. Ferner macht mehr als ein Fünftel der Stiftungen, die keine Spenden sammeln, im Jahresbericht keine Finanzangaben (21,7 Prozent, n=33). Allerdings führen auch fast 11 Prozent der Spendensammelnden Stiftungen die Finanzen darin nicht auf (10,6 Prozent, n=66).

Stiftungen, die eine eigene Internetseite haben, veröffentlichen dort in erster Linie Informationen über die Stiftung selbst (98,5 Prozent), deren Projekte (90,7 Prozent) sowie die jeweiligen Ansprechpartnerinnen und -partner (89,2 Prozent, Mehrfachnennungen möglich, n=204). Weniger als zwei Drittel der befragten Stiftungen mit einer Internetpräsenz machen Angaben zu den Stiftern (62,7 Prozent).

Weniger als die Hälfte der befragten Stiftungen macht auf der eigenen Internetseite Angaben zu den Stiftungsfinanzen

Zu ihren Finanzen geben rund 44 Prozent auf der eigenen Seite Auskunft (43,6 Prozent). Auch in diesem Punkt unterscheiden sich Stiftungen, die Spenden sammeln, und solche, die dies nicht tun, erheblich: Erstere stellen doppelt so häufig wie Letztere entsprechende Finanzdaten online zur Verfügung (51,1 Prozent, n=141 vs. 25,4 Prozent, n=59).

Informationen Internetseite (in Prozent)

„Sie haben angegeben, dass Ihre Stiftung eine Internetseite hat. Welche Informationen enthält diese?“

Informationen über ...



n=204

Mehrfachnennungen möglich

Auf der eigenen Internetseite veröffentlichte Informationen zur Stiftung selbst sowie zu ihren Finanzen wurden anhand verschiedener Kriterien detaillierter erfragt. Die Ergebnisse sind in den folgenden Tabellen zusammengefasst.

Über Name, Sitz und Anschrift sowie über Rechtsform und Gründungsjahr geben so gut wie alle befragten Stiftungen auf ihrer Internetseite Auskunft. Allerdings stellen nur rund 60 Prozent ihre vollständige Satzung online (58,2 Prozent, n=201).⁸ Ein knappes Drittel veröffentlicht das Datum des jüngsten Freistellungsbescheids auf der eigenen Seite (32,3 Prozent, n=201) – bei großen Stiftungen sind es etwas weniger (27,9 Prozent, n=111), bei Spenden sammelnden Stiftungen etwas mehr (39,3 Prozent, n=140). Letztere publizieren außerdem häufig ihre Tätigkeitsberichte im Netz (71,4 Prozent).

⁸ Bei reinen Förderstiftungen sind es sogar nur etwas über die Hälfte (52,4 Prozent, n=92).

Nur knapp 40 Prozent der Spenden sammelnden Stiftungen haben das Datum ihres jüngsten Freistellungsbescheids online gestellt

Da viele, insbesondere kleine Stiftungen kein eigenes Personal haben, ist der Anteil derjenigen, die ihre Personalstruktur veröffentlichen (können), vergleichsweise gering.⁹

Angaben über die Stiftung auf ihrer Internetseite:

Anteil der Ja-Antworten (in Prozent)

„Wir möchten von Ihnen noch etwas genauer wissen: Gehören zu den Angaben, die Sie über Ihre Stiftung auf der Internetseite machen, folgende Punkte?“

				Spenden sammeln:	
	Gesamt	bis unter 1 Mio Euro	1 Mio Euro und mehr	Ja	Nein
n=	201	90	111	140	57
Name, Sitz und Anschrift	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Rechtsform	96,0	95,6	96,4	97,1	93,0
Gründungsjahr	96,5	96,7	96,4	96,4	96,5
Vollständige Satzung	58,7	62,2	55,9	62,9	50,9
Datum des jüngsten Bescheides vom Finanzamt über die Anerkennung als steuerbegünstigte Körperschaft	32,3	37,8	27,9	39,3	15,8
Namen und Funktionen der wesentlichen Entscheidungsträger (z. B. Vorstand bzw. vertretungsberechtigte Organe, Geschäftsführung, Aufsichtsorgane)	94,5	92,2	96,4	95,0	94,7
Tätigkeitsberichte der Stiftung	63,7	63,3	64,0	71,4	43,9
Die Personalstruktur (Anzahl der hauptberuflich Beschäftigten, Honorarkräfte, geringfügig Beschäftigte, Freiwilligendienstleistende, Angaben zu freiwillig Engagierten)	41,3	28,9	51,4	40,7	40,4

Die Gruppe der Stiftungen, die Finanzangaben auf der eigenen Internetseite einstellt, ist relativ klein. Am häufigsten finden sich Informationen zur Mittelverwendung (78,4 Prozent, n=88).¹⁰ Dagegen sind beispielsweise Angaben zur gesellschaftsrechtlichen Verbundenheit mit Dritten vermutlich für viele der befragten Stiftungen nicht relevant (mit 57,7 Prozent der Ja-Antworten am ehesten für große Stiftungen).

⁹ Vgl. Ratajszczak, Theresa; Bischoff, Antje: Personal in Stiftungen. Stiftungsfokus Nr. 13, hg. v. Bundesverband Deutscher Stiftungen. Berlin 2017, S. 4.

¹⁰ Knapp 30 Prozent der befragten reinen Förderstiftungen machen auf ihrer Internetseite übrigens keine Angaben zur Mittelverwendung. Allerdings ist die Gruppe aufgrund der Filterfragen hier sehr klein: n=24.

Rund drei Viertel der Stiftungen mit eigener Internetseite veröffentlichen dort Angaben zur Mittelherkunft

Angaben über die Finanzen der Stiftung auf ihrer Internetseite:

Anteile der Ja-Antworten (in Prozent)

„Wir möchten von Ihnen noch etwas genauer wissen: Gehören zu den Angaben, die Sie über die Finanzen Ihrer Stiftung auf der Internetseite machen, folgende Punkte?“

	Gesamt	bis unter 1 Mio Euro	1 Mio Euro und mehr	Spenden sammeln:	
n=	88	36	52	Ja	Nein
Mittelherkunft: aufgeschlüsselte Angaben über sämtliche Einnahmen, dargelegt als Teil der jährlich erstellten Einnahmen- und Ausgaben – oder Gewinn- und Verlustrechnung	72,7	66,7	76,9	72,2	71,4
Mittelverwendung: Angaben über die Verwendung sämtlicher Einnahmen, dargelegt als Teil der jährlich erstellten Einnahmen- und Ausgaben – oder Gewinn- und Verlustrechnung sowie der Vermögensübersicht bzw. der Bilanz	78,4	77,8	78,8	79,2	71,4
Gesellschaftsrechtliche Verbundenheit mit Dritten, z. B. Mutter- oder Tochtergesellschaft bzw. ausgegliederter Wirtschaftsbetrieb, Förderverein, Partnerorganisation	46,6	30,6	57,7	48,6	35,7
Namen von juristischen Personen, deren jährliche Zuwendungen (inkl. Beiträge, Leistungsentgelte, Gebühren, Projektmittel, Spenden etc.) mehr als 10 Prozent der gesamten Jahreseinnahmen ausmachen. Angaben zu entsprechenden Spenden von natürlichen Personen werden nach Zustimmung derselben veröffentlicht, in jedem Fall aber als „Großspenden von Privatpersone“ gekennzeichnet.	33,0	22,2	40,4	36,1	14,3

Von der Selbstverpflichtung der „Initiative Transparente Zivilgesellschaft“ wissen nur rund 40 Prozent der befragten Stiftungen

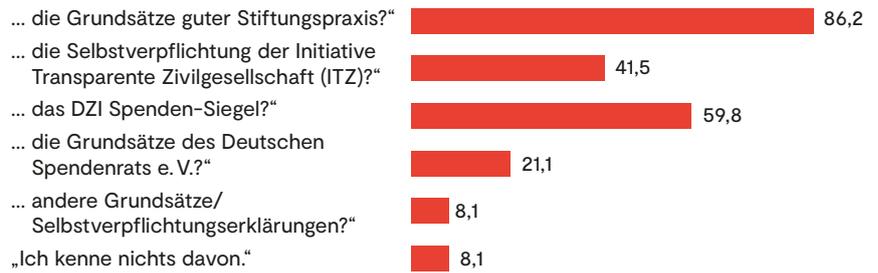
Die Stiftungen wurden gefragt, ob sie verschiedene Grundsätze, Siegel oder Selbstverpflichtungen der Zivilgesellschaft kennen. Die Grundsätze guter Stiftungspraxis sind über 80 Prozent der befragten Stiftungen, das DZI Spenden-Siegel weiteren knapp 60 Prozent ein Begriff (86,2 Prozent bzw. 59,8 Prozent, Mehrfachnennungen möglich, n=246). Bei den Spendensammelnden Stiftungen beträgt der Anteil derjenigen, die das DZI Spenden-Siegel kennen, fast zwei Drittel (65,0 Prozent, Mehrfachnennungen möglich, n=160). Von den Stiftungen, die keine Spenden sammeln, hat nur knapp die Hälfte diese Frage bejaht (48,8 Prozent, n=82).

Die Selbstverpflichtung der „Initiative Transparente Zivilgesellschaft“ kennen etwas mehr als 40 Prozent aller befragten Stiftungen (41,5 Prozent, Mehrfachnennungen möglich, n=246), die Grundsätze des Deutschen Spendenrats rund ein Fünftel (21,1 Prozent). Unterschiede zwischen Spenden sammelnden Stiftungen und solchen, die dies nicht tun, gibt es in diesen beiden Punkten nicht.

Die Mehrheit der Befragten kennt in erster Linie die Grundsätze guter Stiftungspraxis

Kenntnis von Grundsätzen und Selbstverpflichtungen (in Prozent)

„Kennen Sie ...“



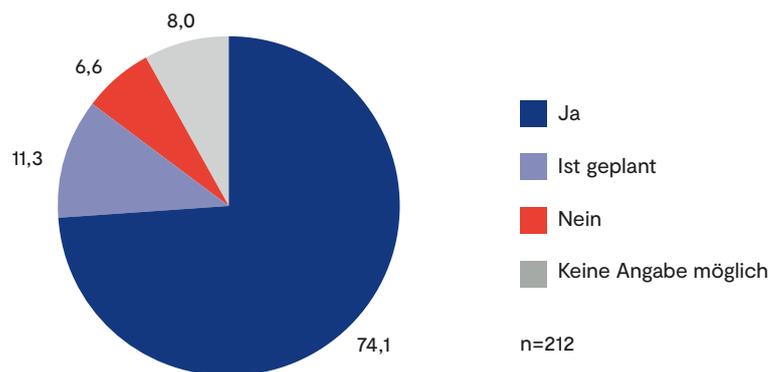
n=246 Mehrfachnennungen möglich

Fast drei Viertel der befragten Stiftungen wenden die Grundsätze guter Stiftungspraxis an ...

Denjenigen Stiftungen, die Kenntnis von den aufgeführten Grundsätzen oder Selbstverpflichtungen haben, wurden weitere Fragen dazu gestellt. Die Antworten auf diese Filterfragen lauten folgendermaßen:

Anwendung der Grundsätze guter Stiftungspraxis (in Prozent)

„Wenden Sie die Grundsätze guter Stiftungspraxis an?“



... aber immerhin ein knappes Drittel überprüft ihre Einhaltung nicht

Bekenntnis zu und Einhaltung der Grundsätze guter Stiftungspraxis (in Prozent)

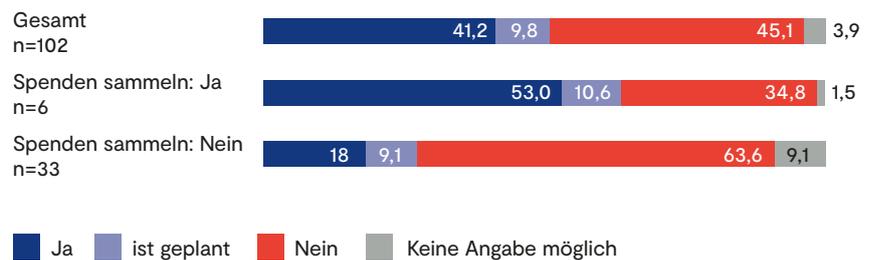


Spenden sammelnde Stiftungen bekennen sich nicht nur häufiger öffentlich zu den Grundsätzen guter Stiftungspraxis als Stiftungen, die keine Spenden sammeln (64,0 Prozent, n=100, vs. 57,4 Prozent, n=54), sondern Spenden sammelnde Stiftungen überprüfen auch häufiger, ob die Grundsätze eingehalten werden (63,0 Prozent vs. 51,9 Prozent).

Über die Hälfte der Spenden sammelnden Stiftungen, die die Selbstverpflichtung der „Initiative Transparente Zivilgesellschaft“ kennen, hat sie auch unterzeichnet

Unterzeichnung ITZ-Selbstverpflichtung (in Prozent)

„Haben Sie die Selbstverpflichtung der ‚Initiative Transparente Zivilgesellschaft‘ unterzeichnet?“

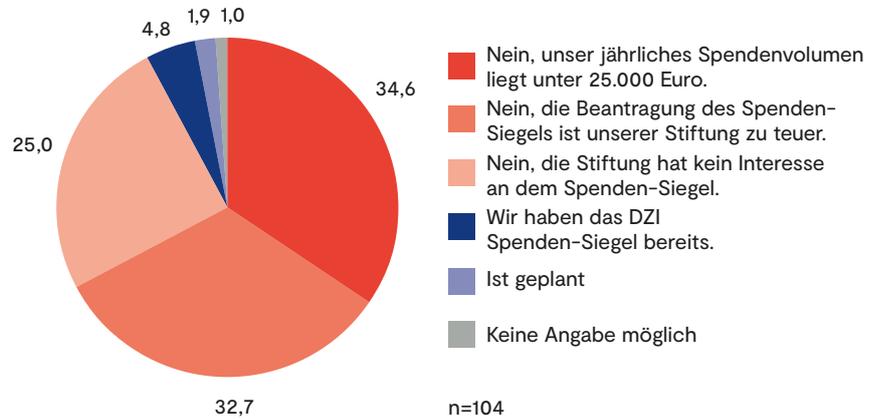


Der Anteil der befragten Stiftungen, die die Selbstverpflichtung der „Initiative Transparente Zivilgesellschaft“ zwar kennt, aber nicht unterzeichnet hat, ist größer als der Prozentsatz derjenigen, die das bereits getan haben. Außerdem hat weniger als ein Fünftel der Stiftungen, die keine Spenden sammeln, diese Selbstverpflichtung unterschrieben (18,2 Prozent, n=33).

Ein Viertel der Spenden sammelnden Stiftungen, die das DZI Spenden-Siegel kennen, hat kein Interesse an dessen Beantragung

Beantragung des DZI Spenden-Siegels (in Prozent)

„Sie haben angegeben, dass Ihre Stiftung Spenden sammelt und dass Sie das DZI Spenden-Siegel kennen. Erwägt Ihre Stiftung, das DZI Spenden-Siegel zu beantragen?“



Für rund ein Drittel der befragten Stiftungen, die das DZI Spenden-Siegel kennen, kommt eine Beantragung auf Grund des geringen Spendenvolumens nicht in Frage (34,6 Prozent, n=104).¹¹

Die Mehrheit der Spenden sammelnden Stiftungen, die die Grundsätze des Deutschen Spendenrats kennen, möchte kein Mitglied im Spendenrat werden

Mitgliedschaft im Deutschen Spendenrat (in Prozent)

„Sie haben angegeben, dass Ihre Stiftung Spenden sammelt und dass Sie die Grundsätze des Deutschen Spendenrats kennen. Erwägt Ihre Stiftung, Mitglied im Deutschen Spendenrat zu werden (inkl. der Verpflichtung auf dessen Grundsätze)?“



¹¹ In den Leitlinien des DZI Spenden-Siegels heißt es unter Punkt 5 der Antragsvoraussetzungen: „Die Organisation wirbt in der Öffentlichkeit aktiv um Spenden und erzielte in den zwei jüngsten abgeschlossenen Geschäftsjahren Gesamteinnahmen in Höhe von mehr als 25.000 EUR pro Jahr.“ www.dzi.de/wp-content/pdfs_Spenderberatung/SpS-Leitlinien.pdf (zuletzt geprüft am 03.05.2018)

Rund einem Viertel der Spenden sammelnden Stiftungen, die die Grundsätze des Deutschen Spendenrats kennen, ist eine Mitgliedschaft zu teuer (23,5 Prozent, n=34).¹²

Zum Zeitpunkt der Umfrage hatten bereits über 80 Prozent der befragten Stiftungen ihre wirtschaftlich Berechtigten in das Transparenzregister eingetragen

Seit Inkrafttreten des neuen Geldwäschegesetzes am 26. Juni 2017 wurden auch gemeinnützige Stiftungen verpflichtet, ihre wirtschaftlich Berechtigten an das Transparenzregister zu melden. Die große Mehrheit der Befragten war dieser Verpflichtung im November 2017 bereits nachgekommen (80,9 Prozent, n=246). Knapp 60 Prozent der befragten Stiftungen kannten außerdem zum Zeitpunkt der Befragung die Anwendungshilfe des Bundesverbandes Deutscher Stiftungen zum Transparenzregister (57,7 Prozent, n=246). Der Prozentsatz derjenigen hingegen, die die Anwendungshilfe im November 2017 noch nicht kannten, war unter den kleinen Stiftungen etwas höher als unter den großen (43,4 Prozent, n=113 vs. 33,1 Prozent, n=133).

Fast drei Viertel der befragten Stiftungen befürworten die Einrichtung eines bundeseinheitlichen Stiftungsregisters mit Publizitätswirkung

Einschätzungsfragen zum Thema Transparenz (in Prozent)

„Unsere Stiftung setzt beim Thema Transparenz auf freiwillige Selbstverpflichtungen.“



„Unsere Stiftung befürwortet die Einrichtung eines bundeseinheitlichen Stiftungsregisters mit Publizitätswirkung. (Die Öffentlichkeit darf auf die Richtigkeit des Registereintrags vertrauen.)“



„Unsere Stiftung befürwortet die Veröffentlichung einer Liste der aktuell als gemeinnützig anerkannten Körperschaften im Internet, um den Spenderschutz zu erhöhen.“



■ Trifft voll und ganz zu
 ■ Trifft eher zu
 ■ Trifft eher nicht zu
 ■ Trifft überhaupt nicht zu
 ■ Weiß ich nicht

n=246

¹² In der Mitgliedsbeitragsordnung des Deutschen Spendenrats vom 16.06.2016 ist festgelegt: „Der Beitragssatz beträgt 0,4 % der sich aus Ziffer 1 Satz 1 a) + b) ergebenden Bemessungsgrundlage, mindestens jedoch € 200,00, höchstens jedoch € 6.500,00, mit der Maßgabe, dass Mitglieder, die nach der Bemessungsgrundlage weniger als € 10 Millionen einnehmen, höchstens € 5.500,00 zu zahlen haben.“ www.spendenrat.de/mitglieder/mitgliedsbeitragsordnung/ (zuletzt geprüft am 03.05.2018)

Fast 80 Prozent der befragten Stiftungen setzen beim Thema Transparenz auf freiwillige Selbstverpflichtungen (79,7; n=246). Stiftungen, die keine Spenden sammeln, stimmen dieser Aussage etwas seltener zu: Drei Viertel haben „Trifft voll und ganz zu“ oder „Trifft eher zu“ angekreuzt (75,6 Prozent, n=82 vs. 81,9 Prozent bei den Spenden sammelnden Stiftungen, n=160).

Bei der Frage nach der Einrichtung eines bundeseinheitlichen Stiftungsregisters mit Publizitätswirkung gibt es dagegen keinen Unterschied zwischen Stiftungen, die keine Spenden sammeln, und denjenigen, die es tun: In beiden Gruppen befürworten jeweils rund 70 Prozent ein solches Stiftungsregister (72,0 Prozent vs. 73,8 Prozent).

Drei Viertel der befragten Stiftungen sind außerdem dafür, eine Liste der aktuell als gemeinnützig anerkannten Körperschaften im Internet zu veröffentlichen, um den Spenderschutz zu erhöhen (75,6 Prozent, n=246). Dieser Prozentsatz ist bei Stiftungen, die keine Spenden sammeln, geringer als bei Spenden sammelnden (68,3 Prozent vs. 80,0 Prozent).

Fazit

Eine Transparenzkultur als Ausdruck der Verantwortung von Stiftungen gegenüber der Gesellschaft kann den Stiftungssektor nur stärker machen. Die aktuellen Daten zeigen, dass diese Kultur vielfach bereits gelebt wird, an einigen Stellen allerdings Nachholbedarf besteht.

1. Eine gute Grundlage für Transparenz: Die Mehrheit der Stiftungen überprüft die Wirksamkeit ihrer Arbeit

Gute Stiftungsarbeit will nicht nur getan, sondern auch immer wieder überprüft werden: Wie wirksam ist ein Stiftungsprogramm bezogen auf die Verwirklichung des Satzungszwecks? Wie effizient ist der Mitteleinsatz? Wie gut wirkt die Kommunikation nach außen? Da Stiftungen außerhalb des marktwirtschaftlichen Wettbewerbs stehen, ergibt sich für sie nicht per se der Zwang zur Optimierung und Effektivität,¹³ doch gerade vor dem Hintergrund der Diskussion um Transparenz von Stiftungen gegenüber der Öffentlichkeit lohnt sich die Frage nach der eigenen Wirkung. Überprüft eine Stiftung regelmäßig ihre Aktivitäten, kann sie die Erkenntnisse zur Steuerung künftiger Maßnahmen heranziehen und in der Folge zum Beispiel ihre Mittel effizienter einsetzen. Nicht umsonst sehen viele Transparenzstandards und Kodizes vor, die Verwendung der Mittel am Kriterium der Wirksamkeit auszurichten und zu evaluieren.¹⁴ Die vorliegende Befragung kann zu den Fragen der Wirksamkeitsüberprüfung nur erste Tendenzen aufzeigen. So lassen 85 Prozent der Stiftungen die Effizienz des Mitteleinsatzes regelmäßig überprüfen. Das ist ein gutes Ergebnis, allerdings sagt der hohe Prozentsatz nichts darüber aus, in welcher Weise die Überprüfung stattfindet – dazu wäre eine ausführliche Studie vonnöten. Gleiches gilt für die knapp 70 Prozent der Stiftungen, die angegeben haben, die Wirksamkeit ihrer Außenkommunikation in regelmäßigen Abständen zu evaluieren. Sicherlich verfügen nicht alle Stiftungen über die personellen Kapazitäten für eine solche Überprüfung der Öffentlichkeitsarbeit, dennoch sollten die knapp 20 Prozent der Spenden sammelnden Stiftungen, die die entsprechende Frage verneint haben, dies durchaus in Erwägung ziehen. Eine StiftungsPanel-Befragung zum strategischen Management in Stiftungen ergab im Übrigen, dass die Überprüfung einzelner Strategien wie der Kommunikationsstrategie nicht so häufig stattfindet; sie erfolgt oft anhand der Beobachtung des Fortschritts, ohne diesen schriftlich festzuhalten. Viele Stiftungen haben demnach zwar kein umfassendes, schriftlich festgehaltenes Evaluationssystem, beleuchten aber dennoch die Umsetzung ihrer Strategien.¹⁵

¹³ Bundesverband Deutscher Stiftungen 2014, wie Fußnote 1, S. 99.

¹⁴ Vgl. z.B. www.venro.org/fileadmin/redaktion/Schwerpunkte/Transparenz/Handreichung_VENRO-Verhaltenskodex.pdf, www.dzi.de/wp-content/pdfs_Spenderberatung/SpS-Leitlinien.pdf, www.spendenrat.de/ueber-uns/rechtsgrundlagen/ (zuletzt geprüft am 03.05.2018)

¹⁵ Bischoff, Antje; Hagedorn, Sandra: *Strategisches Management in Stiftungen*. Stiftungsfokus Nr. 2, hg. v. Bundesverband Deutscher Stiftungen. Berlin 2014, S. 16.

Es fällt auf, dass in der aktuellen Untersuchung über 20 Prozent der Förderstiftungen angegeben haben, die Wirksamkeit ihrer Arbeit mit Blick auf das Verhalten gegenüber Fördersuchenden nicht zu überprüfen. Auch wenn das bedauerlich ist, so könnte dies unter anderem daran liegen, dass es sich um Stiftungen mit eher kleinem Budget handelt, die daher nur in geringem Umfang mit ihrer Zielgruppe kommunizieren (können). Hier kommt vermutlich eine Befragung von Fördersuchenden – zum Beispiel durch Externe – allein aus Kostengründen nicht in Frage.

2. Einerseits verzichten immer noch über 10 Prozent der Stiftungen gänzlich auf Öffentlichkeitsarbeit ...

Jede Stiftung trägt eine Kommunikationsverantwortung gegenüber externen Zielgruppen wie Förderern, Kooperationspartnern und natürlich der Gesellschaft. Dabei sollte sie sich von den Grundsätzen guter Stiftungspraxis leiten lassen, das heißt der Öffentlichkeit in geeigneter Weise die wesentlichen inhaltlichen und wirtschaftlichen Informationen über die Stiftung zur Verfügung zu stellen. Tatsächlich haben bereits 2016 rund 95 Prozent der Stiftungen in einer Panel-Befragung zur Stiftungskommunikation als vorrangiges Ziel ihrer Öffentlichkeitsarbeit angegeben, transparent sein zu wollen.¹⁶ Was tun Stiftungen, um dieses Ziel zu erreichen? Diejenigen, die an der aktuellen Umfrage zur Transparenz teilgenommen haben, nutzen vor allem ihre Internetseite für die externe Kommunikation. Auch Pressearbeit steht hoch im Kurs. Doch ungeachtet des mittlerweile gestiegenen öffentlichen Interesses an einem transparenten Stiftungswesen verzichten nach wie vor über 10 Prozent der befragten Stiftungen gänzlich auf Öffentlichkeitsarbeit. Dieser Anteil hat sich in den vergangenen beiden Jahren nicht verändert.¹⁷ Selbst bei den befragten Stiftungen, die Spenden einsammeln, beläuft er sich immerhin noch auf 7,5 Prozent, obwohl diese Gruppe im eigenen Interesse aktiv werden sollte, wenn sie das Vertrauen von Spenderinnen und Spendern gewinnen will. Besonders großen Nachholbedarf in punkto Öffentlichkeitsarbeit haben allerdings Stiftungen, die keine Spenden sammeln, denn über ein Fünftel von ihnen kommuniziert offenbar nicht nach außen. Dieser hohe Anteil sollte künftig unbedingt sinken, denn Vertrauensbildung erfolgt durch eine klare, eindeutige und konsistente Kommunikation – das gilt auch für Stiftungen.

3. ... andererseits stellen viele Stiftungen wesentliche Informationen online zur Verfügung – leider nicht immer vollständig

Im Zeitalter elektronischer Medien haben Stiftungen die Möglichkeit, jederzeit und aktuell über ihre Organisation Auskunft zu geben. Dabei kann es sich beispielsweise um den Jahresbericht handeln, das Datum des jüngsten Freistellungsbescheides, die Namen der Stiftenden oder

¹⁶ Engelke, Judith; Deggeller, Matthias; Ratajszczak, Theresa: *Kommunikation von Stiftungen. Stiftungsfokus Nr. 8*, hg. v. Bundesverband Deutscher Stiftungen. Berlin 2016, S. 11.

¹⁷ Ebd., S. 2.

Stiftungsprojekte. Auch wenn über 80 Prozent der befragten Stiftungen die eigene Internetseite für die Öffentlichkeitsarbeit nutzen, machen nur etwa zwei Drittel ihren Jahresbericht dort publik, während ein Viertel ihn lediglich an die Stiftungsaufsicht schickt. Das lässt sich leicht ändern: Da die Veröffentlichung des Jahresberichts im Netz eine einfache Möglichkeit ist, für mehr Transparenz zu sorgen, sollten in Zukunft weit mehr Stiftungen davon Gebrauch machen. Das ist insbesondere dann für die Öffentlichkeit interessant, wenn der Jahresbericht auch Finanzdaten enthält. In diesem Zusammenhang muss erstaunen, dass sogar 11 Prozent der Spenden sammelnden Stiftungen im Jahresbericht keine Finanzdaten präsentieren.

Überhaupt scheinen Stiftungsfinanzen nach wie vor ein heikles Thema zu sein, denn nur etwa 44 Prozent der Befragten publizieren sie auf ihrer Internetseite. Es wäre zu erwarten gewesen, dass dieser Anteil bei Spenden sammelnden Stiftungen deutlich höher liegt, aber ihre Finanzdaten stellen gerade einmal die Hälfte dieser Stiftungen online. Davon machen wiederum etwas mehr als 70 Prozent Angaben zur Mittelherkunft und knapp 80 Prozent zur Mittelverwendung. Diese Zahlen sind vor dem Hintergrund, dass gerade Spenden sammelnde Stiftungen besonders um Vertrauen werben und transparent sein müssen, unverständlich. Im Übrigen sind Stiftungen, die nicht um Spenden werben, diesbezüglich noch zugeknöpfter: Nur ein Viertel veröffentlicht Finanzdaten auf der eigenen Internetseite.

Stiftungen fällt es leichter, im Netz eher allgemeine Informationen zur Verfügung zu stellen: Name, Sitz, Anschrift, Rechtsform, Gründungsjahr sowie Namen und Funktionen der wesentlichen Entscheidungsträger sind fast immer eine Selbstverständlichkeit.¹⁸ Aber schon beim Tätigkeitsbericht oder der Satzung sieht es anders aus: Weniger als zwei Drittel veröffentlichen einen Bericht und nicht einmal 60 Prozent ihre Satzung. Außerdem stellt sich die Frage, warum diese Prozentsätze bei Stiftungen, die keine Spenden sammeln, noch einmal um fast 8 bzw. sogar 20 Prozent niedriger sind. Auch diese Stiftungen sind gemeinnützig und haben durchaus die Möglichkeit, zumindest die Satzung auf der eigenen Internetseite zum Download anzubieten.

Eine der Schlussfolgerungen aus dem Stiftungsfokus zur externen Kommunikation von Stiftungen lautete, dass Stiftungen ihr Bekenntnis zur Transparenz durch Öffentlichkeitsarbeit (noch) nicht systematisch umsetzen.¹⁹

18 Im Übrigen ist eine rechtsfähige Stiftung des bürgerlichen Rechts verpflichtet, auf ihrer Internetseite im Impressum folgende Angaben zu machen: Name und vollständige Anschrift der Stiftung; Rechtsform („rechtsfähige Stiftung“); vertretungsberechtigte Personen (gemäß der Satzung, in der Regel der Vorstand); Angaben, die eine schnelle elektronische Kontaktaufnahme und unmittelbare Kommunikation mit der Stiftung ermöglichen, einschließlich der Adresse für elektronische Post (Telefon- und Faxnummer, E-Mail-Adresse); Umsatzsteueridentifikationsnummer, falls die Stiftung eine solche besitzt.

19 Engelke, Judith; Deggeller, Matthias; Ratajszczak, Theresa 2016, wie Fußnote 16, S. 14.

Entsprechend lautete die Empfehlung bereits vor zwei Jahren, sich an den Kriterien der Initiative Transparente Zivilgesellschaft (ITZ) zu orientieren, zu deren Trägern auch der Bundesverband gehört. Die aktuell mit dem StiftungsPanel erhobenen Daten zeigen, dass dieser Rat auch heute noch gilt. Die Unterzeichner der Initiative Transparente Zivilgesellschaft verpflichten sich, nach einem bestimmten Format offen zu legen, welche Ziele ihre Organisation verfolgt, woher die Mittel stammen, wie sie verwendet werden und wer darüber entscheidet. Sie stellen diese Informationen klar strukturiert und leicht auffindbar ins Netz. Viele der befragten Stiftungen haben offenbar schon einen großen Teil der ITZ-Standards erfüllt, vermutlich teilweise „nebenbei“.²⁰ Es sollte daher leicht gelingen, auch die übrigen Kriterien zu erfüllen, denn diese Selbstverpflichtung macht gemeinnützigen Organisationen ein bewusst niederschwelliges Angebot. Dazu müssten Stiftungen es allerdings kennen. Genau da liegt vielfach das Problem.

4. Zwar setzt die Mehrheit der Stiftungen auf freiwillige Selbstverpflichtungen, aber gängige Transparenzstandards sind vielen nicht bekannt

Freiwillige Selbstverpflichtungen erscheinen den befragten Stiftungen als probates Mittel, für mehr Transparenz zu sorgen: Fast 80 Prozent beantworteten die entsprechende Einschätzungsfrage mit „Trifft zu“ oder „Trifft eher zu“. Das steht im Widerspruch zur Tatsache, dass vielen Befragten bestimmte Transparenzstandards kein Begriff sind. Zwar sind die Grundsätze guter Stiftungspraxis den Stiftungen am geläufigsten, doch wenn es darum geht, sich öffentlich zu ihnen zu bekennen oder sie zu überprüfen, sieht es schon etwas anders aus: Nur je rund 60 Prozent tun dies bislang, es dürfen ruhig mehr werden. Denn wer die Einhaltung der Grundsätze guter Stiftungspraxis öffentlich macht, gibt sich als transparente Stiftung zu erkennen.²¹ Davon profitiert eine solche Stiftung über ein positives Image nicht nur selbst, sondern stärkt damit den Stiftungssektor insgesamt.

In seinem Erläuterungsband zu den Grundsätzen guter Stiftungspraxis empfiehlt der Bundesverband die Selbstverpflichtung der Initiative transparente Zivilgesellschaft zu unterzeichnen. Deren Kriterienkatalog kennen allerdings nur etwa 40 Prozent der befragten Stiftungen. Hier muss der Trägerkreis der Initiative selbstkritisch nach den Gründen für die mangelnde Breitenwirkung fragen. Auch wenn bereits 982 Organisa-

20 Der überwiegende Teil der Fragen, die in der vorliegenden Stiftungs-Panel-Befragung gestellt wurden, basiert auf den Kriterien der ITZ-Selbstverpflichtung, vgl. Fußnote 4.

21 Auf der Internetseite des Bundesverbandes Deutscher Stiftungen können sich Stiftungen ein entsprechendes Icon herunterladen. Dafür müssen sich die Gremien per Beschluss zu den Grundsätzen bekannt haben. Vgl. www.stiftungen.org/stiftungen/basiswissen-stiftungen/stiftungsgruendung/grundsaeetze-guter-stiftungspraxis.html (zuletzt geprüft am 03.05.2018)

tionen die Selbstverpflichtung unterzeichnet haben²², so ist diese Zahl angesichts der Größe des Dritten Sektors gering. Unklar ist auch, inwieweit die ITZ-Kriterien tatsächlich eingehalten oder aktualisiert werden. Auf Seiten der Initiative Transparente Zivilgesellschaft gibt es lediglich stichprobenartige Prüfungen durch ehrenamtliche Mitglieder, ansonsten sind die Unterzeichner aufgerufen, die Einhaltung der Regeln selbst zu kontrollieren.

Das DZI-Spendensiegel hat – nach den Grundsätzen guter Stiftungspraxis – den höchsten Bekanntheitsgrad und es verwundert nicht, dass es insbesondere Spenden sammelnden Organisationen geläufig ist. Seine Beantragung kommt aber offenbar für viele der befragten Stiftungen nicht in Frage, ebenso wenig wie eine Mitgliedschaft im Deutschen Spendenrat.

5. Drei Viertel der Stiftungen wünschen eine Liste der als gemeinnützig anerkannten Körperschaften im Internet ...

Die Anerkennung einer Organisation als gemeinnützig gibt Spenderinnen und Spendern einen ersten Hinweis auf die Seriosität einer Organisation.²³ Auch viele gemeinnützige Stiftungen sammeln Spenden ein, in der vorliegenden Befragung beträgt ihr Anteil fast zwei Drittel. Ihnen ist offenbar wichtig, dass Spendenwillige sich online nach dem Status der Gemeinnützigkeit erkundigen können: In der aktuellen Umfrage sind 80 Prozent der Spenden sammelnden Stiftungen für die Veröffentlichung einer Liste der als gemeinnützig anerkannten Körperschaften. Diese Stiftungen sind sich ihrer steuerrechtlichen Privilegierung und der besonderen Verantwortung gegenüber der Öffentlichkeit bewusst. Nach derzeitiger Gesetzeslage kann eine Spenderin oder ein Spender allerdings weder einsehen noch prüfen, ob eine Organisation gemeinnützig ist. Die Einführung einer diesbezüglichen Auskunftspflicht der Finanzämter und die Publikation der genannten Liste steuerbegünstigter Organisationen wären somit ein wichtiger Beitrag für mehr Transparenz und besseren Spenderschutz. Bis es soweit ist, können sich Stiftungen mit der Veröffentlichung des Datums ihres jüngsten Freistellungsbescheides behelfen, wie es unter anderem die Kriterien der Initiative Transparente Zivilgesellschaft vorsehen. Dies ist eine simple Maßnahme für mehr Transparenz, die bislang nicht einmal ein Drittel der befragten Stiftungen umgesetzt hat. Dies ist jedoch problemlos nachzuholen, sodass der Anteil der Stiftungen, die das Datum des letzten Freistellungsbescheides online stellen, rasch zunehmen sollte.

²² Vgl. www.transparency.de/mitmachen/initiative-transparente-zivilgesellschaft/ (zuletzt geprüft am 03.05.2018).

²³ Vgl. VENRO: *Für eine gelebte Transparenzkultur im gemeinnützigen Sektor. Positionspapier 1/2016*, Berlin 2016, S. 2.

6. ... und fast ebenso viele sind für ein bundeseinheitliches Stiftungsregister mit Publizitätswirkung

Eine der zentralen Forderungen des Bundesverbandes Deutscher Stiftungen ist seit langem ein Bundes-Stiftungsregister.²⁴ Mit rund drei Vierteln der Befragten unterstützt eine große Mehrheit das Anliegen des Verbandes: Sicherlich ist vielen dieser Stiftungen bewusst, dass ein solches Register ein wichtiger Schritt zur Verbesserung ihrer rechtlichen Situation wäre. Derzeit ist die Lage hinsichtlich der Legitimation von rechtsfähigen Stiftungen im Rechtsverkehr unbefriedigend, denn sie sind hierfür auf die Ausstellung einer so genannten Vertretungsberechtigung durch die Stiftungsaufsichtsbehörde angewiesen. Gerade in der heutigen Geschäftswelt, in der vor allem bei Geschäften im Rahmen der Vermögensanlage der Nachweis einer Legitimation – auch wegen steigender Transparenzerfordernisse – sehr bedeutsam ist, ist dieser Sachverhalt eigentlich untragbar. Denn schlimmstenfalls kann es passieren, dass Geschäfte nicht getätigt werden können, weil die Ausstellung einer entsprechenden Vertretungsbescheinigung zu spät oder gar nicht erfolgt. Der Bundesverband weiß von entsprechenden Fällen, die im Zusammenhang mit der Pflicht zur Eintragung im Transparenzregister aufgetreten sind. In das Transparenzregister hatten sich bis November 2017 laut Stiftungs-Panel-Befragung über 80 Prozent der Stiftungen eingetragen. Auch für diese Stiftungen resultiert aus der Eintragung, insbesondere wenn sie ehrenamtlich geführt werden, vermutlich ein erheblicher Verwaltungsmehraufwand. Dies deutet sich in der offenen Nennung eines Befragten an: „Kleinere Stiftungen mit ehrenamtlich Tätigen ersticken allmählich unter der bürokratischen Last, siehe Transparenzregister, LEI^[25]“. Diese Reaktion ist durchaus verständlich: Denn für die Rechtsform Stiftung ergibt sich dadurch gegenüber dem Verein oder der GmbH eine gravierende Schlechterstellung, die allein darin begründet ist, dass es bislang in Deutschland kein mit Publizität ausgestattetes Stiftungsregister gibt, das die Funktion des durch das Geldwäschegesetz erforderlich gewordenen Transparenzregisters hätte übernehmen können.

²⁴ Vgl. auch *StiftungsPosition 03-2017*, www.stiftungen.org/fileadmin/stiftungen_org/Verband/Wer_Wir_sind/Positionen/StiftungsPosition-Bericht-BL-AG.pdf (zuletzt geprüft am 03.05.2018).

²⁵ LEI bedeutet *Legal Entity Identifier*. Im Januar 2018 sind die überarbeitete Richtlinie über Märkte in Finanzinstrumenten (MIFID II) sowie die begleitende Verordnung (MiFIR) in Kraft getreten. Seit diesem Zeitpunkt müssen institutionelle Investoren, also auch gemeinnützige Stiftungen, die direkt beispielsweise in Staatsanleihen, Unternehmensanleihen oder ETF investieren, über einen gültigen LEI verfügen, da die den Handel ausführenden Banken angewiesen sind, den LEI der involvierten Depotinhaber an die Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) zu melden.

Die hohe Zustimmung der befragten Stiftungen zu einem bundeseinheitlichen Stiftungsregister mit Publizitätswirkung unterstreicht die Notwendigkeit, die bevorstehende Stiftungsrechtsreform als Chance für die Einführung eines solchen Registers zu sehen. Vorstellbar wäre dies in Form eines Modellprojektes für eine digitalbasierte Registerlösung. Dies würde nicht nur den vielen Ehrenamtlichen in Stiftungen helfen, sondern auch Verwaltungsvorgänge bei der Aufsicht von Stiftungen vereinfachen. Nicht zuletzt könnte dadurch dem Informationsbedürfnis der Öffentlichkeit mit Blick auf das Stiftungswesen in Deutschland Rechnung getragen werden.

Publikationen



Bundesverband Deutscher Stiftungen (Hg.)
Grundsätze guter Stiftungspraxis
Berlin 2015 | 32 Seiten
digital erhältlich | kostenlos



Bundesverband Deutscher Stiftungen (Hg.)
**Die Grundsätze guter Stiftungspraxis
Erläuterungen, Hinweise und Anwendungsbeispiele
aus dem Stiftungsalltag**
Berlin 2014 | 168 Seiten
digital erhältlich | kostenlos
www.stiftungen.org/shop



Judith Engelke, Matthias Deggeler und Theresa Ratajszczak
Externe Kommunikation von Stiftungen
Stiftungsfokus Nr. 8
Bundesverband Deutscher Stiftungen
Berlin 2016 | 19 Seiten
Nur online unter:
shop.stiftungen.org/stiftungsfokus-nr-8-externe-kommunikation-von-stiftungen

Weiterführende Informationen

www.stiftungen.org/transparenz

Impressum

Bundesverband Deutscher Stiftungen e. V.

Haus Deutscher Stiftungen
Mauerstraße 93 | 10117 Berlin
Telefon (030) 89 79 47-0 | Fax -11
www.stiftungen.org

Redaktion: Dr. Antje Bischoff, Theresa Ratajszczak, Dr. Verena Staats,
Nicole Alexander, Theo Starck
Lektorat: Dr. Andrea Lassalle
Satz: Carolin Oelsner

© Bundesverband Deutscher Stiftungen, Berlin 2018

Unser Dank gilt allen Stiftungen, die sich an der Erhebung beteiligt haben,
sowie dem Förderer des StiftungsPanels.

Gefördert von:



Fragen zum Stiftungspanel

Dr. Antje Bischoff

Wissenschaftlicher Dienst
Leiterin Team Stiftungsforschung
antje.bischoff@stiftungen.org

Theresa Ratajszczak

Wissenschaftlicher Dienst
Wissenschaftliche Referentin
Team Stiftungsforschung
theresa.ratajszczak@stiftungen.org

Fragen zum Thema Transparenzregister

Dr. Verena Staats

Leiterin Personalstrategie und Justiziarin
verena.staats@stiftungen.org

StiftungsPanel

Werden Sie Stiftungspanelist! Über 550 deutsche Stiftungen haben sich bereits für das StiftungsPanel des Bundesverbandes Deutscher Stiftungen angemeldet. Sie nehmen regelmäßig an kurzen Umfragen zur Erforschung des Stiftungswesens teil.

Wie funktioniert das?

1. **Ihre Stiftung unverbindlich anmelden:** www.stiftungen.org/stiftungspanel
2. **Freiwillig bei bis zu vier Online-Befragungen pro Jahr mitmachen.**
Im Schnitt dauern sie rund 10 Minuten.
3. **Informationsvorsprung sichern:** Wo steht Ihre Stiftung im Branchenvergleich?
Sie erhalten die Umfrageergebnisse exklusiv vorab.

Wer kann teilnehmen?

Jede Stiftung, unabhängig von Rechtsform, Stiftungskapital und Mitgliedschaft im Bundesverband Deutscher Stiftungen, kann kostenlos teilnehmen.

Auswahl bisheriger Befragungsthemen:

- › Fehlerkultur
- › Zinskrise
- › Kooperationen
- › Nachfolge und Haftung im Stiftungsvorstand
- › Fundraising
- › Stiftungskommunikation
- › Personal
- › Freiwilliges Engagement

Unser Dank gilt:

Stiftungssuche Plus: Das Online-Verzeichnis Deutscher Stiftungen



- ✓ Mehr als 26.500 ausführliche Stiftungsporträs
- ✓ Täglich aktualisierte Daten
- ✓ Recherche anhand verschiedener Suchkriterien

Jetzt Online-Abo abschließen:

Mitglieder: ab 19,99 Euro pro Monat

Nichtmitglieder: ab 39,99 Euro pro Monat

Oder Printausgabe bestellen:

Mitglieder: 139,- Euro

Nichtmitglieder: 199,- Euro

www.stiftungssuche.de



Bundesverband
Deutscher
Stiftungen

1. Oktober

TAG DER

STIFTUNGEN

2018

**Am 1. Oktober 2018 ist
europaweiter Tag der Stiftungen!
Seien Sie dabei!**

**Weitere Informationen:
www.tag-der-stiftungen.de
[#tagderstiftungen](https://twitter.com/tagderstiftungen)**

Ein Projekt vom



**Bundesverband
Deutscher
Stiftungen**

Wir danken unseren Förderern:



**Heinz
Sielmann
Stiftung**

Niedersächsische
LOTTO-SPORT-STIFTUNG
Bewegen · Integrieren · Fördern