

**Unternehmensstiftungen im Spannungsverhältnis
zwischen Unternehmens- und Gemeinwohlbezug
Interessenkonflikt und Lösungswege**

Jörg Ultsch

Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Ultsch, Jörg:

Unternehmensstiftungen im Spannungsverhältnis zwischen Unternehmens- und Gemeinwohlbezug - Interessenkonflikt und Lösungswege
ISBN 978-3-941274-24-2

Alle Rechte vorbehalten

1. Auflage 2011, Göttingen

© Optimus Verlag

URL: www.optimus-verlag.de

Printed in Germany

Papier ist FSC zertifiziert (holzfrei, chlorfrei und säurefrei,
sowie alterungsbeständig nach ANSI 3948 und ISO 9706)

Das Werk, einschließlich aller seiner Teile, ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes in Deutschland ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Dies gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Inhalt

Einleitung	1
1 Unternehmensstiftungen als organisationale Form gesellschaftlicher Verantwortung	5
1.1 Corporate Social Responsibility (CSR) / Corporate Citizenship (CC)	6
1.2 Strategische Einbindung von CSR / CC	9
1.3 Die gemeinnützige Unternehmensstiftung	12
1.3.1 Begriffsvielfalt	13
1.3.2 Zivilrechtliche Rahmenbedingungen	15
1.3.3 Steuerrechtliche Behandlung	20
1.3.4 Unternehmensstiftungen als CC-Instrument	23
2 Unternehmens- und Gemeinwohlbezug von Unternehmensstiftungen	27
2.1 Theoretische Grundlagen der Austauschbetrachtung zwischen Stifterunternehmen und Stiftung	27
2.1.1 Power Dependence Ansatz	28
2.1.2 Resource Dependence Ansatz	31
2.1.3 Erkenntnisbeitrag zum Verhältnis zwischen Stifterunternehmen und Stiftung	33
2.2 Erwartungen des Stifterunternehmens	35
2.2.1 Loyalität der Stiftung	35
2.2.2 Förderung von Unternehmensinteressen	37
2.3 Gemeinwohlbindungen der Unternehmensstiftung	40
2.3.1 Gemeinwohlbegriff	40
2.3.2 Gesellschaftliche Funktionen von Stiftungen	42
2.3.3 Legitimation durch öffentliche Akzeptanz	44
2.4 Interessenkonflikt und Lösungswege	47

3 „Zehn Empfehlungen für gemeinnützige Unternehmensstiftungen“ des Bundesverbands Deutscher Stiftungen.....	51
3.1 Entstehungsprozess.....	51
3.2 Inhalt.....	52
3.3 Stellungnahmen deutscher Unternehmensstiftungen zu den „Zehn Empfehlungen“	56
3.3.1 Methodik	56
3.3.2 Ergebnisse	57
4 Fazit und Ausblick.....	65
5 Literaturverzeichnis.....	69

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Corporate Social Responsibility-Pyramide	7
Abbildung 2: CSR-Pyramide des Volkswagen Konzerns	8
Abbildung 3: Prozess des strategischen Corporate Citizenship.....	12
Abbildung 4: Selbstständige Stiftung.....	16
Abbildung 5: Balance zwischen Unternehmens- und Gemeinwohlinteresse ..	49
Abbildung 6: Unternehmensstiftung als Intermediär.....	66

Abkürzungsverzeichnis

aaO	am angegebenen Ort
AG	Aktiengesellschaft
AO	Abgabenordnung
BGB	Bürgerliches Gesetzbuch
BMW	Bayerische Motoren Werke
bspw.	beispielsweise
bzw.	beziehungsweise
CC	Corporate Citizenship
CSR	Corporate Social Responsibility
d.h.	das heißt
ErbStG	Erbschaftsteuergesetz
etc.	et cetera
e.V.	eingetragener Verein
f.	folgende
GewStG	Gewerbsteuergesetz
GF	Geschäftsführer
GG	Grundgesetz
GmbH	Gesellschaft mit beschränkter Haftung
gGmbH	gemeinnützige GmbH
Hg.	Herausgeber
KStG	Körperschaftsteuergesetz
NGO	Non Governmental Organisation
NPO	Nonprofit Organisation
Nr.	Nummer
PR	Public Relations
PwC	Pricewaterhouse Coopers
Rdn.	Randnummer
RWE	Rheinisch-Westfälisches Elektrizitätswerk
vgl.	vergleiche
WWF	World Wildlife Fund
www	world wide web
z.B.	zum Beispiel

Einleitung

„Die Deutsche Telekom AG hat die Deutsche Telekom Stiftung als Ausdruck gesellschaftlicher Verantwortung und in der Überzeugung gegründet, dass Bildung, Forschung und Innovation unverzichtbare Voraussetzungen für eine zukunftsorientierte Entwicklung in einer vernetzten Wissens- und Informationsgesellschaft sind und der Staat auch auf die Ideen und Initiativen privater Akteure angewiesen ist, um die neuen Herausforderungen in diesen Bereichen bewältigen zu können.“¹

Auszug aus dem Leitbild, Deutsche Telekom Stiftung

Art. 14 Absatz 2 des deutschen Grundgesetzes stellt grundsätzlich fest: Das Eigentum verpflichtet, sein Gebrauch soll auch dem Wohl der Allgemeinheit dienen.

In den vergangenen Jahren haben die Globalisierung und eine fortschreitende Privatisierung dazu geführt, dass sich Macht und Einfluss von den politischen auf die wirtschaftlichen Akteure verlagert hat: die unternehmerischen Möglichkeiten, zu positiven Entwicklungen und Veränderungen in der Gesellschaft beizutragen, sind gewachsen. Daher sollen Unternehmen gerade in Zeiten knapper öffentlicher Haushalte mehr leisten als Gewinne zu erzielen und Güter herzustellen.² Hinsichtlich ihres gesellschaftlichen Engagements besteht für das Unternehmen eine Rechenschaftspflicht gegenüber Gesellschaftern und Mitarbeitern („business case“) sowie andererseits gegenüber dem gesellschaftlichen Umfeld („social case“). Eine „Win-Win-Situation“ kann dann entstehen, wenn sich durch das unternehmerische, sozial verantwortliche Handeln für alle Beteiligten - Unternehmen, gemeinnützige Partnerorganisationen, gesellschaftliches Umfeld - Vorteile erzielen lassen.³

Hierfür leistet dem Unternehmen das Instrument der „Unternehmensstiftung“ eine wertvolle Unterstützung: Sie nutzt das hohe öffentliche Ansehen einer

¹ www.telekom-stiftung.de/dtag/cms/contentblob/Telekom-Stiftung/de/413836/blobBinary/Leitbild.pdf;jsessionid=55498442A6C9B45688C1FD6052530081

² vgl. Liz Mohn, Die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen, S.2, Vorwort zur Dokumentation der Ergebnisse einer Befragung der Bertelsmann Stiftung, www.aktivebuergerschaft.de/fp_files/StudienBerichte/bg_emnid_unternehmensbefragung_csr_2005.pdf

³ vgl. Habisch, Die Corporate-Citizenship-Herausforderung: Gesellschaftliches Engagement als Managementaufgabe, S.37-43

gemeinnützigen Stiftung und dokumentiert damit zugleich die dauerhafte und nachhaltige Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung.⁴

Eine Unternehmensstiftung ist in der Regel eine selbstständige juristische Person und mit eigenem Kapital ausgestattet, das bedeutet, sie kann die Förderung gemeinnütziger Zwecke - unabhängig von einer schwankenden Ertragssituation des Gründungsunternehmens - kontinuierlich verfolgen.⁵ Die Mehrzahl der DAX-Unternehmen und mehrere hundert andere Unternehmen in Deutschland verfügen bereits über eine gemeinnützige Unternehmensstiftung, die wesentlich zum Kapitalwachstum im Stiftungssektor beitragen.⁶

Doch wie wirken sich die spezifischen Anforderungen an eine Unternehmensstiftung auf deren Handeln in der Praxis aus? Einerseits wird die Stiftung durch ein Unternehmen errichtet, das bestimmte Erwartungen mit der Stiftungstätigkeit verbindet; die Stiftung soll sich loyal gegenüber dem Unternehmen verhalten und dessen geschäftliche Interessen auf eine zurechenbare Weise fördern. Auf der anderen Seite wäre es für die Glaubwürdigkeit und damit für den angestrebten gesellschaftlichen Erfolg einer Unternehmensstiftung problematisch, wenn sie in der Öffentlichkeit als „verlängerter Arm einer integrierten CSR-Abteilung“⁷ des Unternehmens wahrgenommen wird, die sich lediglich nachrangig an gemeinnützigen Überlegungen orientiert: Die Legitimation als gemeinnützige Organisation stünde zur Disposition.

Vor diesem Hintergrund hat im März 2010 der Bundesverband Deutscher Stiftungen ein Empfehlungspapier⁸ beschlossen, mit dem er sich sowohl an Unternehmensstiftungen als auch an Unternehmen wendet, die bereits eine gemeinnützige Stiftung errichtet haben oder dies beabsichtigen. Die „Zehn Empfehlungen für gemeinnützige Unternehmensstiftungen“ sollen Hilfestellung geben, um Interessenkonflikte bereits im Vorfeld zu vermeiden oder im Nachhinein hierfür Lösungswege aufzuzeigen. Aber erfüllen die „Zehn Empfehlungen“ auch den sie zugrunde liegenden Zweck? Wie beurteilen Vertreter deutscher Unternehmensstiftungen dieses Empfehlungspapier?

Die vorliegende Master-Thesis geht von folgender Prämisse aus: Unternehmensstiftungen agieren in einem Spannungsverhältnis zwischen Unternehmens- und Gemeinwohlbezug.⁹ Sie beschäftigt sich folglich mit den Herausforderungen, denen sich eine Unternehmensstiftung aufgrund ihrer besonde-

⁴ vgl. Strachwitz/Reimer, Corporate Foundations, S.60

⁵ vgl. Strachwitz/Reimer, aaO, S.59-61

⁶ vgl. www.die-stiftung.de/nachrichten/meldung/artikel/ratschlaege-fuer-unternehmensstiftungen.html

⁷ www.nachhaltigwirtschaften.net/scripts/basics/eco-world/wirtschaft/basics.prg?a_no=2792

⁸ www.stiftungen.org/files/original/galerie_vom_10.10.2005_12.40.23/Zehn_Empfehlungen_fuer_Unternehmensstiftungen.pdf

⁹ vgl. insbesondere die Ausführungen bei Strachwitz/Reimer, Stiftungen, S.221-223

ren Position zwischen Markt und Nonprofit Sektor stellen muss. Darüber hinaus will die Thesis darlegen, wie man (potenzielle) Interessenkonflikte lösen bzw. verhindern kann.

Die Master-Arbeit gliedert sich in vier Abschnitte. Der erste Teil bietet zunächst eine Einführung in das gesellschaftliche Engagement von Unternehmen, überdies enthält er eine Präsentation zu den Grundlagen einer gemeinnützigen Unternehmensstiftung. Woran zeigt sich der Unternehmens- als auch der Gemeinwohlbezug von Unternehmensstiftungen: Die Dokumentation dieses Spannungsfelds und möglicher Lösungswege sind Gegenstand des zweiten Kapitels. Der darauf folgende Abschnitt widmet sich den „Zehn Empfehlungen für gemeinnützige Unternehmensstiftungen“ des Bundesverbands Deutscher Stiftungen; die Thesis präsentiert hierzu exemplarisch die Stellungnahmen von Vertretern mehrerer deutscher Unternehmensstiftungen. Zum Schluss der Arbeit wird ein Fazit gezogen und ein Ausblick gegeben.