

Erkenntnisse eines Champions-League-Abends

Neulich saß ich mit einem guten Bekannten aus der Finanzindustrie bei Burger und Bier zusammen, um den Bayern in der Champions League zuzuschauen. Wir sprachen über Fehler in der Kapitalanlage, er meinte: „Weißt Du, von allen Alternativen ist die, nicht investiert zu sein, die schlechteste.“ Das gab mir zu denken. Denn wie viele Stiftungen investieren ihr Kapital nicht und lassen es derzeit stattdessen aus den unterschiedlichsten, vermeintlich guten Gründen auf dem Girokonto liegen? Unzählige. Von Tobias Karow

Auch für Stiftungen sollte gelten, dass sie investiert sein sollten, auch wenn es zwischendurch mal „a bisserl wehtut“. Wenn es also Herausforderungen für Stiftungen gibt, die aufgelistet werden sollen, dann wäre dies wohl die erste. Investiert sein heißt vor allem, das Geld nicht auf das Girokonto zu parken, sich einen Mechanismus für das Delegieren der Kapitalanlage zu überlegen und sich dann auf die Rolle des passiven Portfolio-Kontrolleurs zurückzuziehen. Was Delegieren bedeutet? Vielleicht am ehesten auf Fonds zu schauen, diese über eine Direktbank zu kaufen, bei der Auswahl nicht nur auf Stiftungsfonds zu setzen und vor allem auf die Ausschüttungshistorie zu blicken. Beim Konzept kann ein Fondsanbieter alles erzählen, ob er geliefert hat, zeigt der Blick auf die Ausschüttung, die für Stiftungen nun mal die wichtigste Kennzahl ist. Drawdown und Wertentwicklung sind ebenfalls wichtige Leistungsindikatoren, aber wer investiert, kann diese Faktoren als taktische Argumente begreifen. Wichtig ist, ob ich das Konzept verstehe

und ein Gefühl für die Ausschüttung bekomme.

Gefühl ist auch das passende Stichwort für Herausforderung Nummer 2 für Stiftungen im Jahr 2019: Erzählt Eure Geschichten. Man kann es nicht oft genug wiederholen. Wir leben in einer Zeit der Plattform-Ökonomie, von der auch der Stiftungsektor ein Teil ist. Wenn nun

der Konsument der Information auf Geschichten „abfährt“, dann ist kaum einzusehen, dass Stiftungen ihre Geschichten im Jahresbericht erzählen, der 9 Monate nach dem Geschäftsjahresende veröffentlicht wird und dass sie die Geschichten erzählen, die noch weiter zurückliegen. Wie wäre es mit dem Geschäftsbericht als E-Magazin, mit Audio-Kommentaren und einem Vorwort des Vor-



Tobias Karow ist Gründer & Geschäftsführer von stiftungsmarktplatz.eu
t.karow@stiftungsmarktplatz.eu

stands in Form eines Videos? Und die Plattformen, das zu verbreiten, gibt es auch schon, die Verlage, die für den Sektor tätig sind. Allen voran der Bundesverband, Stiftung & Sponsoring, DIE STIFTUNG oder das Fundraiser Magazin, um nur mal vier zu nennen. Stiftungen sollten anfangen, ihre Geschichten besser zu erzählen, denn dass sie was zu erzäh-

len haben, ist unbestreitbar. Ein guter Draht zum Chefredakteur ist manchmal mehr wert als tau-sende von Euros in die eigene Website zu stecken, in dem Glauben, man könne selber aus der Website eine Plattform für die eigenen Geschichten machen. Stiftungen können vor allem Geschichten des Gelingens, wie sie die Stiftung Futur Zwei nennt, erzählen.

Hier knüpft Herausforderung Nummer 3 an: Kante zeigen. Auf dem StiftungImpact neulich wurde die Frage diskutiert, welche Rolle Stiftungen in der Demokratie einnehmen sollen. Bei den unterschiedlichen Ansätzen lag mir derjenige am nächsten, der meinte, Stiftungen sollten mehr Kante zeigen, sich klarer positionieren. Darüber würden sie einen Beitrag leisten, der belegt, dass die hiesige Zivilgesellschaft eine starke ist und die Zukunft mitgestalten wird. In der Demokratie ist vielleicht nicht jedes Detail gut, aber das große Ganze ist extrem gut, während in Diktaturen vielleicht nicht jedes Detail schlecht ist, aber das große Ganze eben insgesamt als sehr schlecht eingestuft werden muss. Stiftungen haben, gerade über ihre Geschichten des Gelingens, einen Schlüssel in der Hand, positiven Wind zu erzeugen. Wind, der in die Zukunft weist, und der ein positives Bild der Zukunft zeichnet. Denn dort wo die Zukunft Positives erwarten lässt, dort ‚comite‘ ich mich heute.