



PHILANTHROPIE-STANDORT SCHWEIZ

Unterschätztes Verkaufsargument für die Banken

Konkurrenz-Finanzplätze wie Liechtenstein und Luxemburg versuchen ihr Image aufzubessern, indem sie sich als Philanthropie-Standorte empfehlen. Dabei hat die Schweiz viel mehr Tradition und Expertise. **CLAUDIA GABRIEL**

Die Schweizer mögen manchmal etwas spröde und unkommunikativ wirken, aber sie sind hilfsbereit und grosszügig. Auf dem «World giving index» der britischen Charities Aid Foundation landet die Schweiz zusammen mit den USA auf Platz fünf. 71 Prozent der Schweizer geben Geld an gemeinnützige Zwecke, 34 Prozent geben Zeit und 60 Prozent helfen bei Bedarf einem Fremden. Damit ist die Schweiz in Kontinentaleuropa Spitzenreiterin vor den Niederlanden. Der Rest folgt weit abgeschlagen. «Die Angelsachsen haben insgesamt eine

etabliertere Tradition der Wohltätigkeit als die Kontinentaleuropäer», bestätigt die Expertin Cath Tillotson von der Vermögensverwaltungs-Beratungsfirma Scorpio Partners in London.

Die Schweiz hat auch eine der höchsten Dichten an gemeinnützigen Stiftungen. Dies hängt allerdings stark mit dem Finanzplatz zusammen. Banken, Anwälte und Treuhänder wiederum sind in der Schweiz zwar selber zum Teil stark in Philanthropie engagiert (vgl. Kasten S. 12), hatten aber traditionell ein zwiespältiges Image, wenn es um die Philanthropie ihrer

Kunden ging. Die implizite Unterstellung lautet, sie würden für die Kunden gemeinnützige Stiftungen aufsetzen, um Steuern zu sparen und Vermögen an einen Verwalter zu binden. Solches kam und kommt tatsächlich vor. Dieses «Geschäftsmodell» allerdings dem Finanzsektor insgesamt zu unterstellen, würde der heutigen Situation in keiner Art und Weise gerecht.

Generationenwechsel bei den Philanthropen

Denn die Schweiz und ihr Finanzsektor befinden sich global an vorderster

Stelle, wenn es darum geht, den Generationenwechsel unter Philanthropen, der derzeit im Gange ist, aktiv zu begleiten und zu fördern. Nur sagen die Schweizer Akteure das nicht laut und haben auch Mühe, Kooperationen auf die Beine zu stellen – während Luxemburg und Liechtenstein zum Teil mit Hilfe staatlicher Stellen ihre Finanzplätze in konzertierter Weise zu positionieren versuchen, um deren angekratztes Image als Hort von Steuerschwarzgeld aufzubessern (vgl. S. 14ff).

Wie wichtig Philanthropie für die Banken und ihre Kunden ist, ist dabei ein Streitpunkt. Sicher handelt es sich nicht um das Kerngeschäft von Banken, wenn man einmal von der reinen Vermögensstrukturierung und der Verwaltung des Vermögens der Trusts und Stiftungen absieht. Bei der Privatbank Pictet etwa gibt man sich zurückhaltend: Nur ein kleiner Prozentsatz der Kunden wolle sich engagieren, die meisten möchten ihr Vermögen lieber den Angehörigen vererben, sagt Sprecher Simon Roth. Zudem wüssten die meisten spendenwilligen Kunden selber von Anfang an ganz genau, wen sie begünstigen wollten. Vontobel sieht das ähnlich, dort kümmert sich die bankeigene Stiftung um Kunden, die weitergehenden Rat suchen.

Julius Bär engagiert sich vor allem als Berater an der Kundenfront und als Vermögensstrukturierer. Weitere Leistungen werden von der Stiftung der Bank oder extern bezogen.

UBS, CS und LO als Pioniere

Andere Institute gehen weiter. UBS, Credit Suisse und Lombard Odier gehören zu einer internationalen Gruppe von Banken, die in den neuen Entwicklungen im Philanthropie-Sektor für sich eine Chance sehen – das Thema ist Kundenbindung – und bereit sind, zu deren Nutzung tief in die Tasche zu greifen. Es geht um einen Generationenwechsel hin zu Bankkunden, die in jüngerem Alter als früher üblich philanthropisch tätig werden und dabei statt einfach «Checks zu schreiben» genau wissen möchten, was mit ihrem Geld passiert. Sie sind auch bereit, statt zu spenden Private-Equity-artig zu investieren bzw. ihre eigene Arbeitskraft

oder diejenige ihres Unternehmens für eine Hilfsorganisation einzusetzen. Diese Philanthropen wollen ihren Horizont an möglichen Engagements erweitern, sie wollen Zahlen sehen, wollen mit jedem eingesetzten Franken möglichst viel erreichen, engagieren sich auch längerfristig (vgl. S. 16ff).

Das Engagement der UBS geht nicht zuletzt auf Ex-CEO Peter Wuffli zurück. Heute beschäftigt die Bank im Bereich Philanthropie und Values-Based Investing rund 30 Personen. Sie hat einen konsistenten Beratungsansatz entwickelt, welcher demnächst über die Kundenberater bankweit ausgerollt wird. Diese sollen erfragen, ob sich ein Kunde philanthropisch engagieren möchte. Zusammen mit den Spezialisten des zentralen Teams wird dann ergründet, welche Form von Engagement in Frage käme – im Fokus stehen nicht nur Spenden, sondern auch Investments oder Sachleistungen. Mit der Optimus-Dachstiftung (vgl. Kasten S.12) steht der UBS ein vielseitiges bankeigenes Instrument zur Verfügung, das unter anderem Projekte evaluiert.

Seit 1999 wurden laut Mathias Terheggen, Senior Advisor Philanthropy and Values-Based Investing, fast 2500 Projekte evaluiert und rund 230 Vergabungen über 100 Millionen Franken in 65 Ländern getätigt. Durch die Stiftung können Bankkunden nicht nur selber «Spendenobjekte» evaluieren lassen, sondern auch direkt spenden oder unter dem Dach der Stiftung und mithilfe der Vergabeexperten vereinfacht ihre eigenen Projekte nach eigenen Wünschen aufsetzen und verwalten lassen. Denn eine Stiftung ganz allein aufzusetzen und zu managen, ist zeit-

und arbeitsintensiv. Die Leistungen des Philanthropy Services Teams sind für UBS-Kunden gratis. Für die Bank handelt es sich um ein Mittel, um die Kundenbindung zu stärken und über Philanthropie-Events den Kunden die Möglichkeit zum Austausch mit Gleichgesinnten zu geben sowie Neuankömmlinge an das Thema Philanthropie heranzuführen.

Ähnlich ist die Credit Suisse aufgestellt, auch sie eine internationale Pionierin mit diversen gemeinnützigen

Initiativen (vgl. S. 20ff), wie Daniel Otth, Geschäftsleiter der Dachstiftung Accentus, erläutert. Die CS hat sogar drei unterschiedlich fokussierte Dachstiftungen (vgl. Kasten). Eine der Herausforderungen, so Otth, bleibt bisher aber, die Leistungen der Dachstiftungen an die Kundenfront zu tragen.

Die Nachfrage ist vorhanden. Grossbanken wie UBS, Credit Suisse oder grosse ausländische Institute berichten von mehreren hundert Kunden jährlich, die sich beraten lassen. Die Philanthropie-Berater vermuten, dass sich noch mehr Menschen engagieren würden, wenn sie sicherer wären, damit auch wirklich Gutes zu bewirken.

Outsourcing vs. selber machen

Im Ausland zählt die britische Privatbank Coutts & Co. zusammen mit BNP Paribas, Banque de Luxembourg und JP Morgan zu den Pionieren der Philanthropie-Beratung. Sie fährt einen anderen Ansatz als die Schweizer Banken: Wie Maya Prabhu bei Coutts in London erläutert, zählt das bankeigene Philanthropie-Team, das seit 2005 existiert, nur drei Personen. Diese kümmern sich vor allem um die Bankkunden-Front – d.h. organisieren Events für Philanthropen und beraten spendenwillige Kunden bezüglich der Form ihres Engagements. Die Ausführung ist ausgelagert. In London profitiert man von einer gut ausgebauten Charity-Infrastruktur mit anerkannten unabhängigen Dachstiftungen und Beratungsfirmen. Für Coutts in der Schweiz spielt Wise Philanthropy Advisors in Genf eine wichtige Rolle, welche nicht nur Philanthropen bezüglich der Form eines Engagements berät, sondern auch Projekte analysiert, begleitet und rapportiert.

Dachstiftung mehrerer Banken?

Auch Wise ist eine internationale Pionierin und gehört zusammen mit Blue Orchard und Responsibility (vgl. S. 20ff) zu denjenigen Firmen, welche das Schweizer Know-how in moderner Philanthropie international auf die Landkarte setzen. Geschäftsführer Etienne Eichenberger erteilt dem Engagement der Schweizer Banken gute Noten. Er bedauert jedoch, dass sich

die Schweizer Finanzbranche bisher nicht zu mehr Zusammenarbeit hat entschliessen können.

Lombard Odier verfügt über eine Stiftung, die sich der Modernisierung

des Schweizer Stiftungswesens beschrieben hat, und hat Versuche gemacht, die Banken zusammenzubringen. Es gibt in der Schweiz zwar mittlerweile mit der Swiss Philanthropy

Foundation eine unabhängige Dachstiftung, aber eine gemeinsame Dachstiftung von Banken – wie sie Luxemburg aufgesetzt hat – fehlt bis dato.

Stiftungsplatz Schweiz hat internationales Entwicklungspotenzial

«Der Schweizer Stiftungssektor boomt», stellte Beat von Wartburg, Präsident des Verbandes der Schweizer Förderstiftungen (SwissFoundations), vor kurzem nicht unentschieden fest. Mit strukturellen Verbesserungen könnte er allerdings noch mehr prosperieren, muss man hinzufügen.

Mitglieder des Verbandes sind zum Beispiel die Credit Suisse Foundation, die Julius Bär Stiftung, die UBS Kulturstiftung, die UBS Optimus Foundation sowie die UBS Stiftung für Soziales und Ausbildung. Tatsächlich sind allein 2010 über 500 gemeinnützige neue Stiftungen gegründet worden. Für die Zukunft des Stiftungsstandortes Schweiz ist Transparenz ein Schlüsselbegriff. «Auf der internationalen Bühne kann der Bankenplatz Schweiz sein Gewicht zur künftigen Weiterentwicklung des Schweizer Stiftungssektors einbringen», ist SwissFoundations-Geschäftsführerin Beate Eckhardt überzeugt. Wolle man den Stiftungsplatz im Ausland bekannt machen, brauche es allerdings verlässliches Zahlen- und Datenmaterial. Das fehlt bisher.

Ende 2010 waren laut dem Centrum für Philanthropie und Stiftungswesen (Ceps) der Universität Basel 12 531 gemeinnützige Stiftungen im Handelsregister eingetragen. Das in Stiftungen in der Schweiz vorhandene Kapitalvolumen wird auf 40 bis 80 Milliarden Franken geschätzt. Die jährlichen Ausschüttungen dürften zwischen 1 und 2 Milliarden Franken liegen. Immerhin 35 Prozent aller Stiftungen haben gemäss einer Bestandesaufnahme der «Stiftung 1796» von Lombard Odier ein Vermögen von 4 Millionen Franken und mehr. 25 Prozent bewirtschaften weniger als

500 000 Franken. Statistisch gesehen gibt es kaum ein Land mit einer ähnlich hohen Stiftungsdichte.

«Ein Blick auf andere Finanzplätze zeigt, dass Philanthropie und dazugehörige Beratungsleistungen für Finanzstandorte zunehmend an Bedeutung gewinnen», hält SwissFoundations-Geschäftsführerin Eckhardt ausdrücklich fest. Dies habe Auswirkungen auf die Banken. «Mehr denn je brauchen Stiftungen und andere philanthropische Institutionen gute Angebote zur Anlage ihres Vermögens», bestätigt Georg von Schnurbein, Leiter des Centrums für Philanthropie und Stiftungswesen (Ceps) der Uni Basel.

Konstruktive Beiträge könnten Banken bei der Entwicklung neuer Förderansätze wie Venture Philanthropy oder Impact Investing bieten. Gerade in diesen Bereichen sei das Banken-Know-how zur Bewertung und Analyse von Märkten und Geschäften sehr hilfreich. Ausserdem sollten Banken günstige Möglichkeiten in Form von Pooling für kleine Stiftungen zur Vermögensanlage offerieren. Philanthropie gehöre heute zum Full-Service-Angebot einer Bank.

Gerade junge Stifter seien offener für finanzorientierte Leistungen wie Impact Investing oder Venture Philanthropy, so von Schnurbein. Mitte 40, geschäftlich selbst erfolgreich und auf der Suche nach neuen Herausforderungen sei ihr Profil. «Diese neuen Förderansätze könnten sich ähnlich entwickeln wie die Mikrokreditfinanzierung, die sich auch aus der gemeinnützigen «Ecke» in den generellen Geschäftsbereich von Banken entwickelt hat», blickt von Schnurbein optimistisch in die Zukunft. (jjs)

Stiftungen für Banken und Bankkunden

Einerseits haben Banken eigene wohltätige Stiftungen, die sowohl sie selber als auch ihre Mitarbeitenden alimentieren. Andererseits bieten manche Banken ihren Kunden Dachstiftungen an, innerhalb derer die Kunden selber philanthropisch aktiv werden können. Dachstiftungen übernehmen für die Kunden die Administration, was die Kosten senkt. Der Kunde profitiert auch vom Know-how in Projektevaluation und Con-

trolling. Zudem kann die Dachstiftung den Willen des Stifters über dessen Tod hinaus z.T. zielgenauer erfüllen als eine Einzelstiftung.

Beispiele für Dachstiftungen:
UBS Optimus Foundation: Mit ihrer seit 1999 bestehenden Dachstiftung, deren Volumen rund 100 Millionen Franken beträgt, unterstützt sie zusammen mit Kunden und Mitarbeitenden 230 Projekte in 65 Län-

dern. Stiftungszweck ist die Verbesserung der Lebensumstände (Erziehung, Schutz und Gesundheit) von Kindern ungeachtet des politischen, religiösen oder ethnischen Hintergrunds.

Credit Suisse-Dachstiftungen: **Accentus** für Humanitäres, Medizin, Kultur und Ökologie, **Empiris** für Wissenschaft und Forschung und **Sympasis** für Kultur und Ökologie.

Beispiele für Bankstiftungen:

Julius Bär Stiftung (seit 1965): Die Bank formuliert als Stiftungszweck die «Förderung der Kunst und Kultur in allen ihren Formen, Förderung der Wissenschaften aller Fakultäten und karitative Zwecke». Da die soziale Ausrichtung generell an Bedeutung zugenommen hat, verschoben sich auch bei der Julius Bär Stiftung die Aktivitätsschwerpunkte. Seit 2001 ist so das Schwerpunkt-Thema «Ju-

gend» in den Vordergrund gerückt. Die Stiftung kann Kunden der Bank bei ihren eigenen philanthropischen Projekten mit ihrem Know-how begleiten.

Credit Suisse: Credit Suisse Jubiläumsfonds, der **Disaster Relief Fund** sowie die **EMEA Foundation** in London, die **Americas Foundation** in New York und eine Stiftung für **Asien-Pazifik**. Letztere inves-

tiert insbesondere in Bildung und Waisenhäuser. Der Disaster Relief Fund hilft mit vorbeugenden Massnahmen und Nothilfe, Menschenleben zu retten und das Leid der Opfer von Naturkatastrophen oder Konflikten zu mildern. Der Jubiläumsfonds wiederum, basierend auf dem Prinzip «Global denken - lokal handeln», steht in direktem Bezug zur Schweiz und dient der

Erfüllung gesellschaftlicher Verpflichtungen auf lokaler Ebene.

Die **UBS** führt zum Beispiel die **UBS Stiftung für Soziales und Ausbildung** und die **UBS Kulturstiftung**.

Vontobel Stiftung: Diese Stiftung der Bank ist in den Bereichen Menschen in Bedrängnis, medizinische Forschung, Geschichte, Kultur und Natur tä-

tig. Sie kann Bankkunden beraten, ist aber keine eigentliche Kundenstiftung.

Das gilt auch für die bekannte **J.P. Morgan Chase Foundation**. Sie ist ähnlich wie die erwähnten schweizerischen Stiftungen in den Bereichen «Entwicklung von vernachlässigten Wohnquartieren in Grosstädten», «Erziehung» sowie «Kunst und Kultur» aktiv. (jsj/gab)

Eine neue Generation von Philanthropen gefällt sich nicht nur an Charity-Anlässen und schreibt Checks, sondern ist auch offen für Investments in Soziales.

