

Verbands-Management (VM)

Fachzeitschrift für Verbands- und Nonprofit-Management



VM 2/16

Pia Schatzmann

Corporate Foundations in der Schweiz

Verbands-Management, 42. Jahrgang, Ausgabe 2 (2016), S. 42-48.

Herausgeber: Verbandsmanagement Institut (VMI)
Universität Freiburg/CH (www.vmi.ch)
Redaktion: Remo Aeschbacher
Layout: Remo Aeschbacher / Paulusdruckerei, Freiburg/CH
Fotomaterial: Thema «Kommunikation», shutterstock.com
ISBN: 3-909437-46-X
ISSN: 1424-9189
Kontakt: info@vmi.ch

Die Zeitschrift VM erscheint dreimal jährlich in den Monaten April, August und November.

Abdruck und Vervielfältigung von Artikeln und Bildern, auch auszugsweise oder in Abschnitten, nur mit Genehmigung des Herausgebers.



Forschungsbeitrag

Corporate Foundations in der Schweiz

Pia Schatzmann

«Gewinn ist für ein Wirtschaftsunternehmen so notwendig wie die Luft zum Atmen. Aber es wäre schlimm, wenn wir nur wirtschafteten, um Gewinne zu machen, so wie es schlimm wäre, wenn wir nur lebten, um zu atmen.» Hermann Josef Abs (1901-1994), dt. Bankier

Die Verantwortung von Unternehmen gegenüber der Gesellschaft ist seit längerem ein Diskussionsgegenstand in Wissenschaft, Wirtschaft und Politik. Im Laufe der Zeit ist die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen jedoch sehr unterschiedlich definiert worden. Ein Aspekt ist die Erwartung, dass eine Unternehmung einen Platz in der Zivilgesellschaft einnimmt und auch als «guter Bürger» («Good Corporate Citizen») wahrgenommen werden will. Diesen Wertewandel in der Gesellschaft haben die meisten Unternehmen erkannt. Immer mehr fliessen die drei Säulen der Nachhaltigkeit – Ökologie, Soziales und Ökonomie – als die so genannte «Triple-Bottom-Line» in die Unternehmensstrategien ein. Corporate Social Responsibility (CSR) wird als Zielgrösse zu einem festen Bestandteil der Unternehmensidentität und zentral für den Aufbau, die Sicherung und Stärkung der Reputation.

Von Corporate Philanthropy wird gesprochen, wenn ein Unternehmen freiwillig einen Teil seines Gewinns oder andere Unternehmensressourcen für einen gemeinnützigen Zweck zur Verfügung stellt, ohne dafür eine Gegenleistung zu erwarten. Corporate Philanthropy ist nach Hermanns und Thurm (1999, S. 40) ein langfristiges und strategisches Konzept, welches soziale und ökonomische Aspekte beinhaltet: «Das zentrale Motiv, aus einem Gefühl der Verantwortlichkeit für die Gemeinschaft dieser etwas Gutes zu tun, wird gleichzeitig genutzt, um die soziale Verantwortlichkeit des Unternehmens zu demonstrieren.» Besonders das unternehmerische Engagement im Stiftungsbereich ist national und international vielfältig und aus-

geprägt. Es kann von der Förderung fremder, der Unternehmung nicht nahestehender Stiftungen mittels Spenden, Sponsoring oder sozialen Programmen bis zur Errichtung eigener gemeinnütziger Stiftungen reichen. Das Konzept der Corporate Foundations (CF) stammt aus dem angelsächsischen Bereich und bezeichnet eine private, gemeinnützige Stiftung, die als stiftende Instanz keine Einzelperson oder Stifterfamilie aufweist, sondern eine Unternehmung. Bereits 1943 wurde als eine der ersten gemeinnützigen Unternehmensstiftung in der Schweiz die Novartis Stiftung für medizinisch-biologische Forschung von der Sandoz AG in Basel gegründet. Die Hasler Stiftung zur Förderung der Informations- und Kommunikationstechnologie wurde 1948 von den Hasler Werken ins Leben gerufen und die Fondation Prix Omega 1949 von der Uhrenfabrik Omega gegründet. Begünstigt durch das liberale schweizerische Stiftungsrecht haben – parallel zu herkömmlichen Stiftungsgründungen – seit den 1980er Jahren die Gründungen von Stiftungen durch Unternehmen stetig zugenommen. Rund jede siebte Stiftung, die Mitglied bei SwissFoundations, dem Verband der Schweizer Förderstiftungen ist, wurde von einem Unternehmen gegründet. Im Stiftungsreport 2016 wird dieser Trend bestätigt: Das Netto-Wachstum hält weiter an.¹ Gegenwärtig lassen sich in der Schweiz mindestens 71 gemeinnützig tätige und dadurch steuerbefreite Unternehmensstiftungen identifizieren (vgl. Tabelle 1). Sie bilden die Datengrundlage² der nachfolgenden Analyse³.

Die Tätigkeitsgebiete der Stifterunternehmungen erstrecken sich über alle grösseren Branchen: 20 % der CF sind von Banken wie der UBS, Credit Suisse, Julius Bär gegründet worden, gefolgt von den Unternehmen der Pharmaindustrie wie Novartis, Novo Nordisk Pharma oder Roche mit 13 %. Versicherungen wie Die Mobiliar, Swiss Re oder Zurich und Nahrungsmittelhersteller wie z. B. Lindt und Nestlé sind mit einem Anteil von jeweils 11 % vertreten, Unternehmungen in

den Bereichen Herstellung und Handel von Rohstoffen, z. B. Trafigura oder Addax Petroleum, Gastronomiebetriebe wie McDonald's und Beraterfirmen wie KPMG mit 7 % sowie die Maschinenindustrie mit 6 %.

In der Regel finden sich die Stiftungen und die Stifterunternehmen in den wirtschaftlichen Ballungsräumen. So finden sich in den Kantonen Zürich (25 %) und Basel-Stadt (23 %) die meisten CFs. Steuerliche Interessen stehen bei der Stiftungsgründung zwar nicht im Vordergrund,⁴ können aber ein Grund für die Wahl des Standorts der Stifterunternehmung sein.

Schnittstelle zwischen Stiftung und Gründerunternehmung

CF weisen einige Vorteile gegenüber anderen CSR-Instrumenten auf. Aufgrund der langfristigen Bindung des Stiftungsvermögens kann die Kontinuität des Engagements der CF langfristig und nachhaltig wahrgenommen werden. Eine Stiftung kann unabhängig vom Unternehmen auftreten. Viele Nonprofit-Organisationen (NPO) haben aus Legitimationsgründen Hemmungen, direkt mit Firmen zu kooperieren, vor allem wenn diese in als ambivalent wahrgenommenen Tätigkeitsbereichen wie z. B. im Rohstoffhandel oder in der Pharmaindustrie tätig sind. Hier können CF als Umweg dienen, um gemeinnützige Beiträge von Unternehmen zu verteilen bzw. zu bekommen. Neben der Vermittlung von Informationen zum unternehmerischen Gesellschaftsengagement können über die Stiftung für das Unternehmen interessante Kontakte geknüpft werden, z. B. zu Medien oder zur Forschung. Es besteht ausserdem die Möglichkeit, Experten und Stakeholder indirekt über die CF in die Unterneh-

mung einzubinden. Ein weiterer nicht unerheblicher Grund ist, dass die positive Wahrnehmung der Stiftungsaktivitäten die Stellung der Stifterunternehmung im Absatzmarkt beeinflussen kann.

Zwischen den Unternehmen und deren Stiftungen können verschiedene Schnittstellen wahrgenommen werden, die jeweils unterschiedlich stark ausgeprägt sind (s. Abbildung 1). Der Stiftungszweck, die inhaltliche Ausrichtung und die organisatorische Struktur der Unternehmensstiftung können sehr nahe am Unternehmensziel oder der Unternehmung angesiedelt oder bewusst weit davon entfernt sein.

Als prägnante Beispiele für eine inhaltliche Abhängigkeit sind die Syngenta Stiftung für nachhaltige Landwirtschaft der Pflanzenschutzmittel-Firma Syngenta oder die Lindt Cocoa Foundation des Schokoladenherstellers Lindt, die sich für nachhaltigen Kakaoanbau einsetzt. Die Aktivitäten der Stiftung haben einen positiven Effekt auf die Aussenwahrnehmung der Firma. Der «Shared Value», also die Verbindung von gesellschaftlichem und wirtschaftlichem Mehrwert, wird hierbei vor allem aus dem Blickwinkel der Firma bewertet.

Steht vor allem die Reputation der Unternehmung im Fokus, besteht weder ein Bezug zum Kerngeschäft noch eine hohe Unabhängigkeit der Stiftung. Solche Stiftungen werden meist von unternehmensinternen Einheiten geführt und dienen vornehmlich Kommunikationszielen der Firma. Mit der Stiftung Clean Water engagiert sich der Maschinen- und Industrieproduktehersteller Georg Fischer AG seit 2002 für die Verbesserung der Wasserversorgung in Entwicklungsländern und Katastrophengebieten mit der Caritas als Partner-

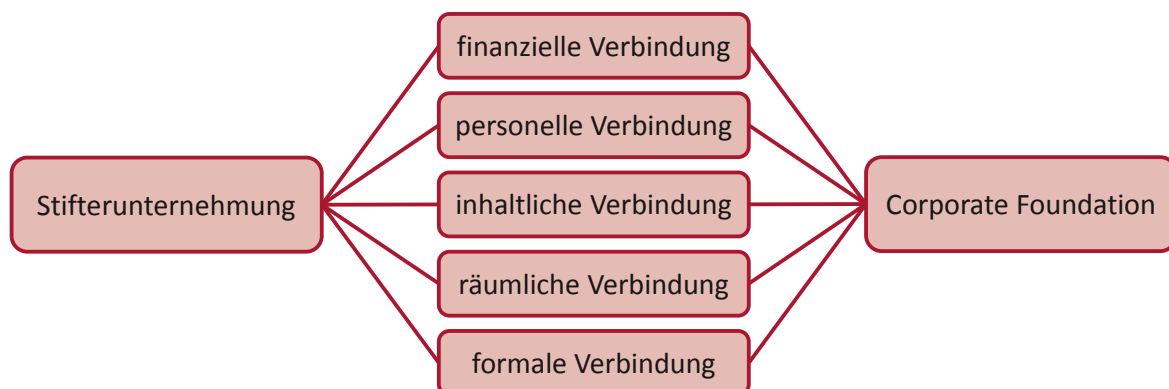


Abbildung 1: Beziehungen zwischen Stifterunternehmung und Unternehmensstiftung (Corporate Foundation)

organisation, die die Umsetzung in den Entwicklungsländern sicherstellt.

Sind Unabhängigkeit und Bezug zum Kerngeschäft hoch einzuschätzen, bestehen ausser dem Gründungsakt zwischen der Stiftung und dem Unternehmen kaum Anknüpfungspunkte. Diese Art der Philanthropie eignet sich in erster Linie für Forschungsstiftungen, wo eine wissenschaftliche Unabhängigkeit gewährleistet werden muss. Hier kann die BASF Schweiz Forschungsstiftung genannt werden, die Novartis Forschungsstiftung oder die Novo Nordisk Hämophilie Stiftung.

Obwohl rechtlich unabhängig und selbständig, werden CF in vielen Fällen aus jährlichen Erträgen des Unternehmens mitfinanziert oder wurden im Rahmen eines Jubiläums, wie die Jubiläumstiftung der Schweizerischen Mobiliargesellschaft, gegründet. Häufig übernimmt das Unternehmen die Infrastruktur- und Personalkosten der Stiftung. Die meisten CF sind ausserdem am gleichen Ort angesiedelt wie die Stifterunternehmung. Bei der personellen Verbindung zwischen Stifterunternehmung und CF zeigt sich ein unterschiedlich starker Einbezug von Mitarbeitenden der Stifterunternehmung. Auf diesen Punkt wird später im Text noch ausführlicher eingegangen.

Die Aussenwirkung, die eine Corporate Foundation entwickelt, ist aus Unternehmenssicht eines der Hauptargumente für deren Gründung. Meist leitet sich aus diesem Grund der Name der Stiftung aus der stiftenden Unternehmung ab. Auch das Corporate Design und der Webauftritt sind häufig übereinstimmend und unterstützen das Image des Unternehmens und damit die Differenzierung am Markt und im Markenaufbau.

Aktivitäten der Corporate Foundations

Mit dem Stiftungszweck drückt die Unternehmung ihr zivilgesellschaftliches Engagement aus. Der Stiftungszweck und die daraus resultierende Beziehung zwischen der Gemeinnützigkeit und der Stifterunternehmung sind daher das zentrale Element, aus dem sich der Nutzen der CF ableitet. Die untersuchten CF decken neben Forschung die klassischen philanthropischen Bereiche wie Entwicklungszusammenarbeit, Soziales, Ausbildung oder Kunst und Kultur ab. Eine CF kann, wie alle anderen Stiftungen auch, in ihrer Stiftungsurkunde mehr als einen Stiftungszweck festlegen. So gibt es Stiftungen, die beispielsweise die Bereiche Wissenschaft und Bildung oder Bildung und Kultur verbinden.

Gehäuft finden sich etwa bei der Pharmaindustrie Stiftungszwecke, die die Forschung begünstigen (42 %). In diesem Fall stehen die Nutzung von Synergien und ein direkter wirtschaftlicher Vorteil im Vordergrund. Obwohl die Stifterunternehmung exklusiv von den Forschungsergebnissen profitiert, kann dank der Stiftung die wissenschaftliche Unabhängigkeit gesichert und die Akzeptanz der Resultate erhöht werden. Mit der Förderung der Ausbildung durch die Stiftung wird die Stifterunternehmung zudem mit personellen Ressourcen versorgt.

Bei 39 % aller CF korrespondiert das Tätigkeitsgebiet der CF mit demjenigen der Stifterunternehmung,



bei 61 % nicht. Die Entscheidung, ob das Tätigkeitsgebiet der CF mit demjenigen der Stifterunternehmung übereinstimmen soll, wird auch von der beabsichtigten Öffentlichkeitswirkung beeinflusst. Eine grosse Nähe kann einen «Halo-Effekt» auf die Stifterunternehmung auslösen. Je grösser die Interdependenzen sind, desto mehr wird der Bezug zum Tätigkeitsgebiet der stiftenden Firma sichtbar gemacht. Die Hear The World Foundation unterstützt weltweit hörbehinderte Menschen, mit besonderem Fokus auf Kinder mittels hörmedizinischer Versorgung (kostenlose Hörgeräte), Aus- und Weiterbildungsprogrammen, Präventionskampagnen und Forschungsprojekten. Gegründet wurde die Stiftung von der Sonova Group, dem führenden Hersteller von Lösungen rund um das Thema Hören.

Im Gegensatz dazu kann der Stiftungszweck diametral gewählt werden, wenn die Stifterunternehmung sich ganz bewusst von «einer ganz anderen Seite» in der Öffentlichkeit zeigen möchte oder in einem in der öffentlichen Wahrnehmung ambivalenten Sektor tätig ist, z. B. in der Tabakindustrie. Zudem gibt es Tätigkeitsgebiete von Stifterunternehmungen, wie z. B. im Finanzsektor, die für ein philanthropisches Engagement eher weniger geeignet sind. Banken weisen mit einem Anteil von 93 % keine Korrespondenz mit dem Tätigkeitsgebiet der CF auf und sind in dieser Gruppe zu 85 % fördernd tätig. Diese Merkmale vereint etwa die Credit Suisse Foundation, die sich der Unterstützung und Förderung von gemeinnützigen, sozialen, karitativen, kulturellen, wissenschaftlichen und humanitären Bestrebungen oder Projekten widmet.

Zur Verwirklichung der philanthropischen Ziele gibt es Unternehmen, die mehr als eine Stiftung aufweisen. In den meisten Fällen werden von einer Unternehmung neue CF gegründet, wenn sie das philanthropische Engagement um neue Wirkungsgebiete erweitern. Beispielfhaft sind die CF von Nestlé: die Fondation Nestlé pour l'Art, die Fondation Nestlé pour l'étude des problèmes de l'alimentation und die Fondation Nestlé Pro Gastronomica für die Aus- und Weiterbildung in der Hotellerie.

Corporate Foundations und ehrenamtliches Engagement

Neben der Aussenwirkung können CF in der Stifterunternehmung dazu beitragen, dass die Mitarbeiterbindung gestärkt wird und die Entwicklung von Un-

ternehmenswerten und -kultur sowie die Mitarbeiterqualifizierung durch Corporate Volunteering in der Stiftung begünstigt wird. Geberit stellt für ihre Hilfsprojekte in der sanitären Grundversorgung in Entwicklungsländern nicht nur Geld und Material zur Verfügung, sondern plant, leitet und koordiniert das gesamte Projekt mit eigenen Mitarbeitenden und Lernenden. So wurde in früheren Studien unter anderem belegt, dass Jobsuchende Unternehmen als potenzielle Arbeitgeber bevorzugen, die sozial engagiert sind.⁵ Eine wahrgenommene ethische Verantwortung seitens des Unternehmens hat einen starken Einfluss auf die Zufriedenheit im Berufsleben.⁶ Dies kann im Sinne von Employer Branding bei der Suche nach potentiellen Bewerbern die Attraktivität eines Unternehmens massgeblich steigern. Zum anderen motivieren soziale Bestrebungen der Verantwortlichen und langfristig angelegte Unternehmensstrategien dazu, das Klima im Unternehmen zu beeinflussen.

Die Mitarbeiterbindung durch Corporate-Volunteering-Programme kann unterschiedliche Zielkriterien wie Teamentwicklung oder Weiterbildung verfolgen. Dementsprechend variieren auch die Nutzen dimensionen. Eine Gemeinsamkeit wird bei allen Formen von erfolgreich verlaufenden Aktivitäten unterstrichen: die erhöhte Identifikation der Mitarbeitenden mit dem Unternehmen und die Zufriedenheit mit der gemeinnützigen Tätigkeit. Dadurch wird das Commitment als wichtiger Faktor bei der Bindung eines Mitarbeiters an die Unternehmung gefestigt.⁷ Vor allem die Bindung durch affektives und normatives Commitment wird durch Corporate-Volunteering-Aktivitäten gesteigert. Nach Peterson (2004) zeigen Mitarbeitende dem Unternehmen gegenüber ein höheres Commitment, wenn sie stolz darauf sind, sich mit einem Unternehmen mit gutem Ruf identifizieren zu können, was sich auf ein verstärktes Engagement bei der Arbeit auswirkt.

In den USA und Grossbritannien ist der Corporate-Volunteering-Ansatz bereits weit verbreitet und wird seit Jahren gezielt als Personalentwicklungsinstrument und zur Förderung der Corporate Identity eingesetzt.⁸ In der Schweiz sind solche Formen des philanthropischen Engagements sowie Umfang und Vielfalt von CF noch wenig bekannt, was der Anlass war, die hier vorgestellte Studie 2014 durchzuführen.

In CF zeigt sich ein unterschiedlich starker Einbezug von Mitarbeitenden der Stifterunternehmung. Bei 41 % aller CF hat der CEO Einsitz im Stiftungsrat. Bei 39 % der CF gibt es mindestens einen Stiftungsrat, der auch im Verwaltungsrat der Stifterunternehmung sitzt. In Stiftungsräten, die ausschliesslich mit Führungskräften der Stifterunternehmung besetzt sind, werden diese Stiftungsräte meist aus den obersten Hierarchiestufen rekrutiert. Der Einsitz im Stiftungsrat wird als Teil ihrer Arbeit in der Stiftungsunternehmung wahrgenommen. In diesem Fall besteht keine ehrenamtliche Tätigkeit, sondern ein Mandatsverhältnis.⁹

Der Einsitz des CEOs oder eines VRs kann auf eine grosse Bindung zwischen CF und Stifterunternehmung hinweisen. Das hat den Vorteil, dass die strategische und operative Ausrichtung durch das personelle Ineinandergreifen unmittelbar aufeinander abgestimmt werden können. Nachteile können ein fehlendes Engagement des Managements sein, wenn der Einsitz nur als eine von vielen Managementaufgaben wahrgenommen wird und keine intrinsische Motivation vorhanden ist oder das Expertenwissen bezüglich des Stiftungszwecks fehlt. Bei CF, die zur Legitimation der eigenen Tätigkeit eine möglichst grosse Unabhängigkeit benötigen, wie z. B. Forschungsstiftungen im Pharmabereich, wird in der Regel von einem Einsitz des obersten Führungsgremiums der Stifterfirma im Stiftungsrat abgesehen.

Ausblick: Corporate Volunteering in Stiftungsräten

Wie vorab erwähnt, könnte der Einsitz im Stiftungsrat im Sinne eines Corporate Volunteering von der Stifterunternehmung als Mittel der Mitarbeiterqualifizierung und -bindung eingesetzt werden. Das ehrenamtliche Engagement in einem Stiftungsrat kann gerade in Bezug auf die Anziehung und das Halten von Talenten als besonderer Benefit gewertet werden. Da CF ein Teil der CSR-Strategie sind, sind dieselbe Werte-haltung und Unternehmenskultur vorhanden wie in der Stifterunternehmung. Dies kann das Commitment zu der Unternehmung zusätzlich stärken. Ein weiterer Vorteil ist zudem, dass keine externen Kooperationspartner beigezogen werden müssen, um ein Corporate Volunteering durchzuführen.

Angesichts der demografischen Entwicklung wird es für Unternehmen zunehmend schwieriger, geeing-

nete Fach- und Führungskräfte zu rekrutieren. Somit kommt der Identifikation und Entwicklung von möglichen Nachwuchskräften eine wichtige Bedeutung zu: Ritz und Thom (2010) beschreiben als wichtigstes Kriterium, um Nachwuchskräfte langfristig zu binden, fachliche Lernchancen, grosse Handlungsspielräume, viel Abwechslungsreichtum, Sinnhaftigkeit und einen hohen Grad an Herausforderung. Unter dieser Prämisse kann der Einsitz im Stiftungsrat der CF als Instrument der Entwicklung von High Potentials gesehen werden. Der Vorteil eines ehrenamtlichen Engagements gegenüber einem bezahlten Mandat ist, dass nicht ein monetärer Anreiz besteht, sondern die Entwicklung der intrinsischen Motivation der oder des Teilnehmenden gefördert wird.

Erst wenige Stifterunternehmungen praktizieren ein Corporate Volunteering in Stiftungsräten im Rahmen ihres Personalmanagements. Gründe hierfür liegen zum grossen Teil darin, dass Stiftungsräte, die ihren Einsitz als nicht ehrenamtliches Mandat verstehen, von einem Corporate Volunteering Programm im Stiftungsrat ausgeschlossen werden müssen. Eine Mischung von ehrenamtlich und nicht ehrenamtlich tätigen Stiftungsräten würde unweigerlich zu Konflikten führen. Ein möglicher Ansatz findet sich im Einsatz eines beratenden Gremiums. Das Sounding Board (zu Deutsch: Resonanzboden) eines Klaviers fängt die Schwingungen der Saiten, die durch das Spiel des Pianisten erzeugt werden, auf und gibt diese verstärkt wieder zurück. Eine ähnliche Funktion soll auch das Sounding Board in einer CF erfüllen. Im Umfeld komplexer Projekte oder beim Analysieren schwieriger Probleme kann dadurch ein Widerhall erzeugt werden, d. h. als eine Art informeller Lenkungsausschuss (ohne Entscheidungskompetenz). Ziel ist ein qualifiziertes Feedback zuhanden des Stiftungsrats oder der Geschäftsführung, Chancen und Risiken aufzudecken und die Erfolgsaussichten sowohl unter fachlichen als auch unter strategischen und ethischen Gesichtspunkten zu beurteilen. Ein solcher Beirat kann zudem die Funktion als Ideengeber und Innovator i. S. eines Innovationszirkels für den Stiftungsrat übernehmen. Stiftungen wird ein besonderes Potenzial zugeschrieben, soziale Innovationen fördern zu können. Ein Stiftungsrat ist zumeist zeitlich eingeschränkt auf einige Sitzungen pro Jahr und neben den Hauptaufgaben fehlt der «organizational Slack»¹⁰, um kreativ Ideen zu entwickeln.

Corporate Foundation (CF)	Unternehmen	Kanton	Jahr	Stiftungszweck
KPMG Foundation	KPMG	ZH	2007	Kultur, Bildung, Soziales
C&A Foundation	Cofra Group	ZG	2011	Kultur, Gemeinnütziges allgemein
Cofra Foundation	Cofra Group	ZG	2006	Kultur, Gemeinnütziges allgemein
Ricola Foundation	Ricola	BL	2010	Kultur, Ökologie
Fondation BNP Paribas Suisse	BNP Paribas Suisse	GE	2002	Kultur, Soziales
Fondation Nestlé pour l'art	Nestlé	VD	1991	Kunst/Kultur
Jubiläums-Stiftung der F. Hoffmann - La Roche AG	Hoffmann-La Roche	BS	1993	Kunst/Kultur
UBS Kulturstiftung	UBS	ZH	1962	Kunst/Kultur
Jubiläumsstiftung der Von Roll AG	Von Roll AG	SO	1976	Kunst/Kultur, Wissenschaft, Soziales
Julius Bär Stiftung	Julius Bär	ZH	1966	Kunst/Kultur, Wissenschaft, Soziales
Rimuss-Stiftung	Kellerei Rahm	SH	2008	Religion, allgemein Gemeinnütziges
Ronald McDonald's Kinderstiftungen	McDonald's	VD	ab 1992	Soziales
Tertianum Stiftung	Tertianum	TG	2003	Soziales
UBS für Soziales und Arbeit	UBS	ZH	1999	Soziales, allgemein Gemeinnütziges
Stiftung McKinsey Kinderhilfe Schweiz	McKinsey	ZH	2010	Soziales, Entwicklungszusammenarb.
Strafin Foundation	Strafin	BS	2006	Soziales, Entwicklungszusammenarb.
Möbel-Pfister Kultur- und Sozialstiftung	Möbel Pfister	AG	1974	Soziales, Gesundheit, Kunst/Kultur
Hear the World Foundation	Phonak Sonova	ZG	2006	Gesundheit
Novo Nordisk Hämophilie Stiftung	Novo Nordisk	ZH	2005	Gesundheit
Stiftung Visana Plus	Visana	BE	1982	Gesundheit
Jubiläumsstiftung der Swiss Life AG	Swiss Life AG	ZH	1958	Gesundheit, Forschung
Roche Employee Action and Charity Trust	Hoffmann-La Roche	BS	2005	Gesundheit, humanitäre Hilfe
Novartis Stiftung für Mensch und Umwelt	Novartis	BS	1989	Gesundheit, Umweltschutz
Helvetia Patria Jeunesse	Helvetia Patria Vers.	BS	1978	Bildung, Kultur/Freizeit
ABB J. D. Foundation for Engineering Education	ABB Ltd.	AG	2007	Bildung
Fondation Nestlé Pro Gastronomica	Nestlé	VD	1990	Bildung
Geberit Stiftung Sanitärtechnik	Geberit	SG	1993	Bildung
Holcim Stiftung für die wissenschaftliche Fortbildung	Holcim	AG	1962	Bildung
Stiftung Jugendförderung Holcim (Schweiz) AG	Holcim	AG	1963	Bildung
Hasler Stiftung	Hasler AG	BE	1948	Bildung, Forschung
Jubiläumsstiftung der BL-Kantonalbank	BL-Kantonalbank	BL	1964	Bildung, Kultur
IKEA-Stiftung	IKEA	ZH	1973	Bildung, Kunst/Kultur
BASF Schweiz Forschungsstiftung	BASF	BS	1997	Forschung
Fondation Prix Omega	Omega	BE	1949	Forschung
Novartis Forschungsstiftung	Novartis	BS	1989	Forschung
Novartis Stiftung für medizinisch-biologische Forschung	Novartis	BS	1943	Forschung
Roche Foundation for Anemia Research	Hoffmann-La Roche	BS	2004	Forschung
Roche Organ Transplantation Research Foundation	Hoffmann-La Roche	BS	1998	Forschung
TKB-Jubiläumsstiftung	TG Kantonalbank	TG	2003	Forschung, Kunst/Kultur, Gem. allg.
Baloise Jubiläumsstiftung	Baloise Versicherung	BS	2006	Forschung, Soziales
Lindt Chocolate Competence Foundation	Lindt	ZH	2009	Forschung, Bildung, Kultur
Jubiläumsstiftung der Mobiliar Genossenschaft	Mobiliar Versicherung	BE	1976	Forschung, Kunst/Kultur
Addhpe Sinopec-Addax Petroleum Foundation	Addax Petroleum	GE	2011	Entwicklungszusammenarbeit
Fond. Nestlé pour l'étude d. problèmes de l'alimentation	Nestlé	VD	1967	Entwicklungszusammenarbeit
Fondation Switcher	Switcher SA	VD	2004	Entwicklungszusammenarbeit
Fondation Trafigura	Trafigura	GE	2007	Entwicklungszusammenarbeit
Holcim Foundation for Sustainable Construction	Holcim	ZH	2004	Entwicklungszusammenarbeit
Jubiläumsstiftung Georg Fischer	Georg Fischer AG	SH	2002	Entwicklungszusammenarbeit
LGT Venture Philanthropy Foundation Switzerland	LGT	ZH	2009	Entwicklungszusammenarbeit
Novartis Foundation	Novartis	BS	1979	Entwicklungszusammenarbeit
Stiftung Zuversicht für Kinder	Swiss Life AG	ZG	1997	Entwicklungszusammenarbeit
The JTI Foundation (Stiftung JT International)	JT International SA	LU	2006	Entwicklungszusammenarbeit
UBS Optimus Foundation	UBS	BS	1999	Entwicklungszusammenarbeit
Jacobs Foundation	Jacobs	ZH	1989	Entwicklungszus., Bildung
Swiss Re Foundation	Swiss Re	ZH	2011	Entwicklungsz., Ges. - & Wirts. -politik
Lindt Cocoa Foundation	Lindt & Sprüngli	ZH	2013	Entwicklungsz., Ökologie
Syngenta Stiftung für nachhaltige Landwirtschaft	Syngenta	BS	2001	Entwicklungsz., Ökologie
Jubiläums-Stiftung des Bankhauses La Roche & Co.	La Roche & Co	BS	1987	Wirtschaftspolitik
Raiffeisen Jubiläumsstiftung	Raiffeisen	SG	2000	Wirtschaftspolitik, Kultur, Gem. allg.
Accenture-Stiftung	Accenture AG	ZH	2006	Gemeinnütziges allgemein
Credit Suisse Foundation	Credit Suisse Bank	ZH	2001	Gemeinnütziges allgemein
Fondation Indosuez	Crédit Agri. S. Bank	GR	2012	Gemeinnütziges allgemein
Fondation Lombard Odier	Lombard Odier Bank	GE	2004	Gemeinnütziges allgemein
Isaac Dreyfus-Bernheim Stiftung (200 Jubiläum)	Dreyfus Söhne & Cie	BL	2013	Gemeinnütziges allgemein
Stiftung Perspektiven von Swiss Life	Swiss Life AG	ZH	2005	Gemeinnütziges allgemein
Z Zurich Foundation	Zürich Versicherung	ZH	1973	Gemeinnütziges allgemein

Tabelle 1: Liste mit namhaften Schweizer Corporate Foundations

Das Wichtigste in Kürze

Mit gemeinnützigen Unternehmensstiftungen übernehmen Wirtschaftsunternehmen Verantwortung gegenüber der Gesellschaft. Sie tragen jedoch auch wesentlich zum Aufbau, zur Sicherung und Stärkung der Reputation gegenüber sämtlichen Anspruchsgruppen der Unternehmen bei. Die Untersuchung von rund 70 solcher Stiftungen zeigt, dass diese meist starke Abhängigkeiten von der Gründerfirma aufweisen, sei es über die Finanzierung, das Personal, den Zweck, den Standort oder mindestens über den Stiftungsnamen. Obwohl diese Stiftungen gemeinnützige Tätigkeiten verfolgen, werden mit der Stiftungsaktivität auch oft Synergien erzeugt, z. B. bei der Förderung eines Bereichs, der indirekt der Firma zugute kommen kann.

Fussnoten

- ¹ Vgl. Eckhardt et al., 2016.
- ² Da im Handelsregistereintrag keine Angaben zu Gründungspersonen stehen, wurde die Identifizierung als CF entweder über den Firmennamen im Stiftungsnamen bzw. über den Stiftungszweck hergeleitet oder wurde z. B. über die Internetseite der Gründerfirma recherchiert. Eine zusätzliche Identifizierungsschwierigkeit entsteht vor allem im KMU-Bereich dadurch, dass Unternehmen stark von einer einzelnen Unternehmerpersönlichkeit oder -familie geprägt sein können. Stiftungen, die in einem solchen Unternehmensumfeld gegründet wurden, sind nicht in der Untersuchungsstichprobe. Die Daten aus der Internetrecherche stammen vom Zentralen Firmenindex (www.zefix.ch), Moneyhouse (www.moneyhouse.ch) und den jeweiligen Internetseiten der Unternehmen und deren Stiftungen. Über diese Quellen liessen sich der Stiftungszweck mit den Aktivitätsfeldern, der geografische Fokus und das Fördermodell (operativ, fördernd oder kombiniert tätig) ermitteln.
- ³ Die Studie entstand im Rahmen des MBA-Studiengangs NPO-Management am Verbandsmanagement Institut (VMI) der Universität Freiburg/CH und wurde von Prof. Dr. Markus Gmür betreut.
- ⁴ Vgl. Sprecher et al., 2009, S. 37.
- ⁵ Vgl. Greening & Turban, 2000.
- ⁶ Vgl. Koh & Boo, 2001.
- ⁷ Vgl. Gmür & Thommen, 2011.

Die Autorin



Pia Schatzmann / pia_schatzmann@heilsarmee.ch

Pia Schatzmann ist seit 2016 Projektverantwortliche Stiftungsfundraising bei der Stiftung Heilsarmee Schweiz. Sie ist Vorstandsmitglied in der Vereinigung junger Stiftungsexperten (VjS) und ehrenamtlich in weiteren Vorständen tätig. Im Jahr 2012 erfolgte der Abschluss als Dipl. Verbandsmanagerin und im direkten Anschluss der Executive MBA für NPO-Management am Verbandsmanagement Institut (VMI) der Universität Freiburg/CH, den sie 2014 erfolgreich abschloss.

⁸ Vgl. Kotler & Lee, 2005.

⁹ Vgl. Bethmann & von Schnurbein, 2015.

¹⁰ Schwarz 2006, S. 39. «Organizational Slack» wird als Differenz zwischen benötigten und vorhandene Ressourcen definiert und verweist auf eine Handlungsfähigkeit, die nicht vollständig im Tagesgeschäft aufgezehrt wird, sondern für Prozesse des Lernens frei und kreativ eingesetzt werden kann.

Literaturverzeichnis

- Bethmann, S. & von Schnurbein, G. (2015). *Effective Governance of Corporate Foundations*. CEPS Working Paper Series No. 8. Basel: CEPS.
- Diehl, B. & Conrad, C. (2008). Corporate Volunteering. Chance für das Talentmanagement. *Wirtschaftspsychologie aktuell* 3, S. 57-60.
- Eckhardt, B., Jakob, D. & von Schnurbein, G. (Hrsg.) (2016). *Der Schweizer Stiftungsreport 2016*. URL: http://www.swissfoundations.ch/sites/default/files/STIFTUNGREPORT2016_DE_v16c_1.pdf (11.05.2016).
- Hermanns, A. & Thurm, M. (1999). New Charity. *Absatzwirtschaft* 5, S. 40-43.
- Gmür, M. & Thommen, J.-P. (2011). *Human Resource Management: Strategien und Instrumente für Führungskräfte und das Personalmanagement*. 3. Auflage. Zürich.
- Greening, D. W. & Turban, D. B. (2000). Corporate Social Performance as a competitive advantage in attracting a quality workforce. *Business and Society* 39(3), S. 254-280.
- Koh, H. C. & Boo, E. H. (2001). The link between organizational ethics and job satisfaction: A study of managers in Singapore. *Journal of Business Ethics*, 29, S. 309-324.
- Kotler, P. & Lee, N. (2005). *Corporate social responsibility. Doing the most good for your company and the cause*. New Jersey
- Marquart, J. (2001). *Corporate Foundation als PR-Instrument, Rahmenbedingungen – Erfolgswirkungen – Management*. Wiesbaden.
- Peterson, D. K. (2004). The relationship between perceptions of corporate citizenship and organizational commitment. *Business & Society*, 43(3), S. 296-319.
- Schatzmann, P. (2014). *Corporate Foundations im Schweizer Stiftungssektor: Grundlagen – Übersicht – Empirie – Gestaltungsmöglichkeiten*.
- Schwarz, P. (2006). *Management-Prozesse und -Systeme in Nonprofit-Organisationen: Entscheidung, Steuerung/Planung, Kontrolle*. Bern: Haupt.
- Ritz, A. & Thom, N. (Hrsg.) (2010). *Talent-Management: Talente identifizieren, Kompetenzen entwickeln, Leistungsträger erhalten*. Wiesbaden: Gabler.
- Sprecher, T., Egger, P. & Janssen, M. (2009). *Swiss Foundation Code mit Kommentar*. Publikationsreihe Foundation Governance, Bd. 5, Basel.