

Handlungsempfehlungen für eine transparente Kommunikation von Stiftungen

An folgender Definition können sich Stiftungen orientieren, um zu prüfen, ob sie selbst transparent sind. Der Punkt Wirksamkeit und Evaluation liegt im Betrachten der jeweiligen Stiftung. Das heißt jede Stiftung muss für sich selbst entscheiden in welcher Art sie evaluieren will und kann.

„Transparente Kommunikation gemeinnütziger Stiftungen schafft den niederschweligen Zugang zu wertvollen, verständlichen und nachvollziehbaren Informationen. Der Zugang zu diesen Informationen wird sowohl intern als auch extern zur Verfügung gestellt. Die Informationsbreite umfasst die Finanzen (Angaben zur Mittelherkunft, Höhe des Stiftungsvermögens, Umfang der Ausgaben für den Stiftungszweck), die Wirksamkeit und Entscheidungen (Entscheidungsträger). Transparenz wird unter Beachtung der datenschutzrechtlichen und inhaltlichen Grenzen hergestellt.“

Es werden folgende **fünf** Handlungsempfehlungen abgeleitet:

1. Um eine transparente Kommunikation in Stiftungen zu gewährleisten, muss eine Stiftung **wertvolle Informationen** zur Verfügung stellen. Der Inhalt dieser Informationen sollte in Anlehnung der Forderungen der Initiative Transparente Zivilgesellschaft (ITZ) Folgendes umfassen:

1. Name, Sitz, Anschrift und Gründungsjahr
2. Angaben zu den Stiftungszielen
3. Angaben zur Steuerbegünstigung
4. Name und Funktion wesentlicher Entscheidungsträger
5. Tätigkeitsbericht
6. Personalstruktur
7. Angaben zur Mittelherkunft
8. Angaben zur Mittelverwendung

2. Diese Informationen sollten **verständlich** und **zielgruppengerecht** formuliert werden.

3. Es ist empfehlenswert, dass Kontaktdaten für eventuelle Rückfragen angegeben werden.

4. Der Zugang zu diesen Informationen sollte **für jeden offen sein**, empfehlenswerte Medien zur Informationsbereitstellung sind eine Website und/oder ein Jahresbericht. Es ist zudem wichtig, dass die Stiftung sich darüber im Klaren ist, wer ihre Stakeholder (Anspruchsgruppen) sind. Je nach Stakeholder kann es sinnvoll sein, Informationen über Social Media, lokale Zeitungen, Flyer und Veranstaltungen zu verteilen.

5. Die Stiftung muss unbedingt darauf achten – **sowohl intern als auch extern** –, für Transparenz zu sorgen. Es ist empfehlenswert zuerst intern sowie die direkt betroffenen Stakeholder zu informieren, bevor man Informationen nach außen gibt.

Die Handlungsempfehlungen gelten unter **Beachtung des Schutzes der Persönlichkeitsrechte**. Die Stiftungslandschaft ist sehr heterogen, Handlungsempfehlungen müssen unter Beachtung der Besonderheiten der verschiedenen Stiftungstypen erstellt werden. Auch Stiftungen, die nur über sehr wenige Ressourcen für Transparenz verfügen, sollte es anhand dieser Handlungsempfehlungen möglich sein, transparent zu kommunizieren.

Die Handlungsempfehlungen entstammen der Bachelorarbeit von Laura Finus, die an der Universität Stuttgart-Hohenheim Kommunikationswissenschaften studiert. Sie hat die Untersuchung in Zusammenarbeit mit der Vektor-Stiftung im ersten Halbjahr 2020 durchgeführt.