

Welche Vorteile schaffen sich gemeinnützige Organisationen mit mehr Transparenz?

Gesellschaftliche Notwendigkeit von gemeinnützigen Organisationen

Gemeinnützige Aktivität ist per definitionem eine vom Staat mit dem Privileg der Steuerfreiheit und steuerlichen Spendenabzugsfähigkeit ausgestattete Form der gesellschaftlichen Gemeinwohlproduktion. Der Staat überprüft die Einhaltung der dafür vorgesehenen Regelungen durch diverse Nachweispflichten, er ist auf den erheblichen Gemeinwohlbeitrag dieser Organisationen angewiesen und baut auf dem grundlegenden Subsidiaritätsprinzip auf: Kleine gesellschaftliche Einheiten sollen in voller Autonomie an der gemeinwohlbezogenen Gestaltung der Gesellschaft mitwirken, sie sollen dabei gefördert werden. Darüberhinausgehend können viele zivilgesellschaftliche Organisationen öffentliche Förderung als Hilfe zur Selbsthilfe erwarten.

Öffentlichkeit gehört zur Produktion von Gemeinwohl, damit alle Bürgerinnen und Bürger möglichst leicht erkennen können, dass es bei der Tätigkeit gemeinnütziger Organisationen tatsächlich um das Gemeinwohl und nicht um versteckte Gewinnerzielung oder um die Durchsetzung von Einzelinteressen geht.

Transparenz herzustellen bedeutet, vorhandene und potentielle Mitglieder, bisherige und potentielle Spender, Sponsoren, Fördermittelgeber sowie die Öffentlichkeit mit entscheidungsnützlichen Informationen zu versorgen und ihnen gegenüber Rechenschaft abzulegen über die Verwendung der erhaltenen Mittel. Denn Transparenz bedeutet Sichtbarkeit und damit das Gegenteil von Intransparenz oder Undurchsichtigkeit: Bei voller Transparenz können alle Bürgerinnen und Bürger leicht erkennen, dass es bei der Tätigkeit gemeinnütziger Organisationen tatsächlich um das Wohl einer Mehrheit und nicht um versteckte Gewinnerzielung oder um die Durchsetzung von Einzelinteressen geht.

Vorteile, die durch Transparenz für gemeinnützige Organisationen entstehen

Zivilgesellschaftliche Akteure beweisen mit der öffentlichen Herstellung von Transparenz, warum und wie sie einen Beitrag zum Gemeinwohl erstellen, und machen so unmittelbar und freiwillig nachvollziehbar, warum sie die staatlich privilegierte Stellung einer gemeinnützigen Organisation einnehmen. Öffentliche Transparenz wird damit zu einem wesentlichen Mittel zur Erreichung gemeinnütziger Ziele. Denn die Organisationen stellen damit in einem ersten Schritt ihre jeweilige Glaubwürdigkeit her.

Glaubwürdigkeit ist das Lebenselixier gemeinnütziger Organisationen: Glaubwürdigkeit gewährleistet die fortdauernde Unterstützung durch Mitglieder, Freunde und Interessierte, sie ist absolut grundlegende Voraussetzung zur Gewinnung neuer Unterstützer und Förderer. Gemeinnützigkeit braucht also Transparenz oder anders: Gute Taten brauchen gute Daten.

Vorteile, die aus finanzieller Transparenz entstehen

Mit einer **finanziellen Transparenz** wird jeder Verdacht vorbeugend entkräftet, dass jemand sich aus Spendengeldern unverhältnismäßig bereichert oder unangemessene Ausgaben für Verwaltung und PR (public relations) oder für sonstige, gemeinnützigkeitsfremde Zwecke bezahlt.

Mit ordentlichen und übersichtlichen Finanzdaten kann sich jeder potentielle Unterstützer (auch Unternehmen) selbst überzeugen, dass seine Spende unter den richtigen finanziellen Rahmenbedingungen investiert wird. Das dürfte für viele einer der wichtigsten Gründe für eine Unterstützung sein.

Vorteile, die aus normativer Transparenz entstehen

Auf der Basis der finanziellen Klarheit geht es dann ans „Eingemachte“: um die **normativen Werte** der Organisation. Jeder nachhaltige Spender (und um die geht es hier) will wissen, ob der Zweck, für den er gewonnen werden soll, tatsächlich relevant ist für eine positive gesellschaftliche Entwicklung und wie sich diese Relevanz konkret realisiert in den Aktivitäten sowie in mittel- und langfristigen Zielen der Organisation und den dahin führenden Schritten der Entwicklung. Der Spender will wissen ob und warum der Zweck nicht oder nicht alleine von der öffentlichen Hand verwirklicht werden sollte oder kann und ob öffentliche Mittel eingeworben wurden.

Vorteile, die aus organisatorischer Transparenz entstehen

Schließlich geht es um den **transparenten organisatorischen Aufbau** der spendensammelnden Organisation. Der Spender will wissen, welchen Personen er sein Geld (oder/und seine Zeit) spendet. Dazu muss er **Vertrauen** haben in deren Unabhängigkeit und Qualifikation. Er muss erkennen, wer was zu sagen hat und wer wofür verantwortlich ist in der Organisation, also die Governance (Lenkungsstruktur) verstehen und auch hier Vertrauen fassen, dass ein professioneller Mindeststandard eingehalten wird. Und er muss von der Nachhaltigkeit der Organisationsstruktur überzeugt werden, weil er sein Geld nicht verbrennen will für kurzfristige Zwecke ohne langfristige Wirkung. Dazu gehören als Mindestvoraussetzungen auch der Nachweis der aktuellen Anerkennung der Gemeinnützigkeit und der Nachweis eines Eintrags ins Vereins-, Stiftungs- oder Handelsregister.

Auch die organisatorische Transparenz wirkt sich daneben vorteilhaft auf den Verein oder die Stiftung nach innen aus. Dadurch, dass die handelnden Personen sich aktiv mit organisatorischen Fragen im Rahmen des Transparenz-Gedankens befassen, werden sie auch sensibel für Mängel, Fehlerquellen und Verbesserungspotentiale.

Die Herstellung von Transparenz als kontinuierlicher Prozess dient den Mitgliedern und Spendern sowie anderen Geldgebern, indem ihnen umfassende Informationen an die Hand gegeben werden, wie und auf welche Weise die Organisation arbeitet und ihre finanziellen Mittel einsetzt. Dies erzeugt Glaubwürdigkeit und Vertrauen. Die Herstellung von Transparenz dient gleichermaßen der Organisation selbst, da sich die dort verantwortlichen Akteure in diesem Rahmen bewusst und strukturiert mit ihren Zielen, ihrer Organ- und Entscheidungsstruktur, ihrer Aufbau- und Ablauforganisation sowie der Qualität und der Wirkung (Erfolg oder Misserfolg) ihrer Arbeit in monetärer und nicht-monetärer Hinsicht auseinandersetzen. Letztendlich dient die Transparenz damit dem gemeinnützigen Zweck selbst, insbesondere also der individuellen Zielgruppe und/oder dem individuellen Anliegen der gemeinnützigen Tätigkeit eines transparenten Vereins, einer transparenten Stiftung oder anderen Körperschaft.