

Philanthropisches Engagement von High-Net-Worth Individuals – Eine Analyse von persönlichen und situativen Determinanten

Kadi, Theresa

Published: 01/01/2023

Document Version:
Publisher's PDF, also known as Version of record

[Link to publication](#)

Citation for published version (APA):
Kadi, T. (2023). Philanthropisches Engagement von High-Net-Worth Individuals – Eine Analyse von persönlichen und situativen Determinanten. Theses / Institute for Nonprofit Management No. 2024/03



BACHELORARBEIT

„Philanthropisches Engagement von High-Net-Worth Individuals
– Eine Analyse von persönlichen und situativen Determinanten“

Vorgelegt von: Theresa Kadi

Matrikelnummer: 01505906

1505906@s.wu.ac.at

Betreuerin: PD Dr.in Michaela Neumayr

WU Wirtschaftsuniversität Wien
BSc Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Wien, 17. Juni 2023

Abstract

In einem Zeitalter steigender sozioökonomischer Ungleichheiten gewinnt private Philanthropie von vermögenden Personen (High-Net-Worth Individuals, kurz HNWI) zunehmend an Bedeutung. Das Ziel der vorliegenden Arbeit ist es, die persönlichen und situativen Determinanten zu erforschen, die auf dieses Engagement unter HNWI fördernd oder hemmend Einfluss nehmen. Zur Beantwortung der Forschungsfragen wurden mithilfe der qualitativen Literaturrecherche relevante Faktoren identifiziert. Dazu herangezogen wurden Publikationen mit einem empirischen Ansatz, vorrangig basierend auf qualitativen und quantitativen Befragungen von HNWI. Die Ergebnisse wurden gemäß den Forschungsfragen in persönliche und situative Determinanten unterteilt, wobei diese im Rahmen der vorliegenden Arbeit respektiv als primär vom Individuum selbst ausgehend (persönlich) und von außen auf das Individuum einwirkend (situativ) verstanden werden. Den prägenden persönlichen Faktoren konnten prosoziale Motive, psychologische und soziale Nutzensvorteile, die subjektive Wahrnehmung der eigenen finanziellen Sicherheit, ein Pflichtbewusstsein gegenüber der Gesellschaft, Konfliktvermeidung, Erbschaftsüberlegungen und ein Wunsch nach Wirkung und Einflussnahme zugeordnet werden. Die situativen Determinanten beinhalten die Art der Vermögenserlangung, die Sozialisierung in Kindheit und Jugend, soziale Netzwerke und Normen innerhalb der Peer Group, die Reputation des Nonprofit-Sektors, steuerliche Anreize sowie der Zugang zu geeigneter Information. Als besonders bedeutend tritt hier in mehreren Faktorkategorien der Wunsch nach (messbarer) Wirkung sowie aktiver Beteiligung und Kontrolle hervor. Ebenso scheinen in mehreren Motiven Versuche der Legitimation des eigenen Reichtums auf. Dadurch wird auch das Spannungsfeld beleuchtet, in dem Philanthropie zwischen Redistribution und Reproduktion agiert.

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	2
1.1. Problemstellung	2
1.2. Zielsetzung und Vorgehensweise	4
2. Kontextuelle Grundlagen	5
2.1. Die Bedeutung von HNW-Philanthropie im 20. und 21. Jahrhundert	5
2.2. Ausprägungsformen philanthropischen Engagements	7
2.3. Potenziale und Problemfelder	9
3. Methodik	12
3.1. Literaturrecherche	12
3.2. Auswahlkriterien	13
3.3. Übersicht über die relevante Literatur	13
3.4. Vorgehensweise für die Auswertung der Literatur	19
4. Determinanten im philanthropischen Engagement von HNWI	20
4.1. Persönliche Determinanten	20
4.1.1. Prosoziale Motive	20
4.1.2. Psychologische Nutzenvorteile	23
4.1.3. Soziale Nutzenvorteile	26
4.1.4. Wahrnehmung finanzieller Sicherheit	29
4.1.5. Verantwortungs- und Pflichtbewusstsein	31
4.1.6. Konfliktvermeidung	32
4.1.7. Verwaltung von Erbschaften und Nachfolgeplanung	33
4.1.8. Wirkung und Einflussnahme	36
4.2. Situative Determinanten	39
4.2.1. Vermögenserlangung	39
4.2.2. Sozialisierung	42
4.2.3. Soziale Netzwerke und Normen	44
4.2.4. Reputation und Effizienz des Nonprofit-Sektors	46
4.2.5. Steuerliche Anreize und Rolle des Staates	49
4.2.6. Zugang zu Information und Beratung	51
5. Diskussion der Ergebnisse	53
6. Conclusio	58
Tabellenverzeichnis	61
Literaturverzeichnis	61

1. Einleitung

1.1. Problemstellung

Der Übergang in das 21. Jahrhundert war geprägt von einer signifikanten Akkumulierung von privatem Vermögen und damit einer stetig wachsenden Anzahl an sogenannten High-Net-Worth Individuals, kurz HNWI, also äußerst vermögenden, reichen Privatpersonen (Beverstock & Hay, 2016). Begleitet wird diese Entwicklung von einem noch nie dagewesenen Ausmaß an Einkommens- und Vermögensungleichheit, die die Kluft zwischen Arm und Reich immer weiter vorantreibt, sowie einem dritten Sektor, der vor allem in westlichen Ländern durch das Kürzen staatlicher Budgets zunehmend auf private Philanthropie angewiesen ist (Reckhow, 2020). Nicht nur durch die immense Konzentration an Ressourcen seit den 1980ern, auch durch Entwicklungen wie einer staatlichen Sparpolitik, verstärkter Deregulierung im Sinne einer neoliberalen Marktideologie und einem zunehmend günstigen Steuerumfeld wird reichen Philanthrop*innen ein größeres Spielfeld eröffnet und oftmals ein neues goldenes Zeitalter der Philanthropie verlautbart (Bishop & Green, 2008).

Vermögen und Reichtum sind jedoch zunächst grundsätzlich subjektiv interpretierbare Begriffe, die verschiedene Abstufungen und Interpretationen zulassen, sofern sie nicht näher in ihrer Größenordnung definiert werden. Während Reichtum allgemein mit einem Übermaß an zur Verfügung stehenden finanziellen Ressourcen verbunden wird (Haibach & Uekermann, 2017, S. 151), liefert die in der Literatur häufig verwendete Definition des Beratungsunternehmens Capgemini (2020) spezifischere Dimensionen: Demnach verfügen HNWI über ein frei investierbares Vermögen von mind. 1 Million US-Dollar (abzüglich ihres Hauptwohnsitzes sowie Gebrauchs- und Verbrauchsgütern), Ultra-HNWI (UHNWI) sogar über ein Vermögen von über 30 Millionen US-Dollar. Die Gruppe dieser HNWI-Individuen ist groß und stetig wachsend – 2021 gehörten ihr global 22,4 Millionen Personen an, 220.000 davon Ultra-HNWI (Capgemini, 2022). Diese Zahl wächst seit Jahren stetig an, zuletzt auch über die Jahre der Covid-Krise hinweg.

Dementsprechend groß ist auch das Potenzial ihres philanthropischen Engagements für den gemeinnützigen Sektor. Philanthropie und Spendenzuwendungen von Privatpersonen sind ein wichtiger Einkommensfaktor für Nonprofit-Organisationen (Neumayr, 2022); HNWI wirken darüber hinaus neben privaten (Groß-)Spenden noch durch Stiftungszuwendungen auf den gemeinnützigen Sektor ein, da der Großteil der Stiftungen von vermögenden Privatpersonen gegründet wird (Neumayr, 2022), die dadurch eine langfristige Verfolgung der von ihnen begünstigten philanthropischen Zwecke sicherstellen können. Philanthropie geht dabei in ihrer Definition oftmals über bloße einmalige Spendenzuwendungen hinaus,

als dass sie in ihrer Bedeutung nicht selten „die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung [beinhaltet]“ (Ströing, 2015, S. 37) und stärker strategisch ausgerichtet ist (Neumayr, 2022).

Durch die immer noch wachsende ökonomische Ungleichheit, die Konzentration von Kapital bei den Top 1% und die starke mediale Präsenz vieler (U)HNWI und ihrer gemeinnützigen Projekte ist sowohl die gesellschaftliche Verantwortung reicher Personen als auch ihr philanthropisches Handeln wieder vermehrt in den Mittelpunkt des öffentlichen Diskurses gerückt. Dazu beigetragen haben etwa medienwirksame Initiativen wie die von Bill Gates und Warren Buffet ins Leben gerufene „Giving Pledge“, im Rahmen derer sich Milliardäre öffentlich dazu verpflichten, mindestens die Hälfte ihres gesamten Vermögens zu spenden (Giving Pledge, 2023). Im Nonprofit-Sektor beansprucht dieses Thema Aufmerksamkeit, da HNWI in ihrem philanthropischen Handeln auch zunehmend hohe Ansprüche haben, die sie mit ihrem Engagement erfüllt sehen wollen. Gerade die letzten zwei Jahrzehnte haben eine verstärkte Entwicklung zu einem vermehrt strategischen Investment, einem Wunsch nach größerer Beteiligung und Kontrolle sowie einem Fokus auf messbare Resultate oder gar Renditen gesehen, die sich in neuen Konzepten wie etwa Venture Philanthropy sowie neuen flexibleren Ausprägungsformen niederschlagen (Phillips & Jung, 2016).

Die Kombination der wachsenden Vermögensungleichheit, der finanziellen Bedürfnisse des staatlichen und gemeinnützigen Sektors, und dem Ausmaß ihrer Ressourcen bietet HNWI Möglichkeiten, diese Ansprüche erfüllt zu sehen und das öffentliche Leben deutlich zu prägen. Die zunehmend größeren privaten Eingriffe von HNWI in den dritten und öffentlichen Sektor sorgen jedoch auch zuletzt für vermehrt Kritik im öffentlichen Diskurs: Es stellt sich die Frage, wie demokratische Grundsätze gewahrt werden können, wenn eine kleine Gruppe an vermögenden Personen durch ihr philanthropisches Engagement stärker auf politische Strukturen und Entscheidungsprozesse einwirken und ihre Präferenzen durchsetzen kann als normale Bürger*innen (Saunders-Hastings, 2018). Ebenso wird hinterfragt, inwieweit eine Philanthropie der ökonomischen Eliten dazu beiträgt, bestehende systematische Ungleichheiten zu legitimieren und zu perpetuieren, statt diese langfristig zu lösen (Maclean et al., 2021).

Zu verstehen, welche Determinanten das philanthropische Handeln von HNWI-Individuen fördernd oder hemmend beeinflussen, ist daher von besonderem Interesse, sowohl um dieses Engagement von der Seite des Nonprofit-Fundraisings und des Staates bestmöglich aktivieren zu können, als auch für ein besseres Verständnis des gesellschaftlichen Einflusses zu erlangen, den vermögende Individuen durch dieses (finanzielle) Engagement in Gesellschaft und Politik ausüben.

1.2. Zielsetzung und Vorgehensweise

Die vorliegende Arbeit zielt daher im Rahmen einer Literaturrecherche auf eine Identifikation der Faktoren ab, die einen fördernden oder hemmenden Einfluss auf das philanthropische Handeln von HNW-Individuen haben. Grundsätzlich wird davon ausgegangen, dass meistens ein Zusammenspiel verschiedener Faktoren stattfindet, um jemanden philanthropisch aktiv werden zu lassen (Bekkers & Wiepking, 2011). Komplexere Erklärungsmodelle von Spendenverhalten umfassen nicht nur persönliche, vom Individuum selbst ausgehende Motive, sondern auch externe Bedingungen und Einflüsse, die auf den/die Spender*in einwirken (Helmig & Boenigk, 2020). Im Zuge dieser Arbeit werden persönliche Determinanten als jene Faktoren definiert, die primär vom Individuum selbst ausgehen; situative Determinanten hingegen als solche, die von außen auf das Individuum einwirken und Einfluss auf sein Handeln haben.

In Zuge dieser Arbeit sollen daher sowohl persönliche als auch situative Determinanten berücksichtigt, und jeweils aus der bestehenden Literatur herausgearbeitet werden, inwiefern sich diese positiv oder negativ auf das philanthropische Engagement vermögender Personen auswirken. Ausgehend davon ergeben sich folgende Forschungsfragen, die im Rahmen der Arbeit beantwortet werden sollen:

- *Welche persönlichen Determinanten haben laut Literatur einen fördernden oder hemmenden Einfluss auf das philanthropische Engagement von HNWI?*
- *Welche situativen Determinanten haben laut Literatur einen fördernden oder hemmenden Einfluss auf das philanthropische Engagement von HNWI?*

Zur Beantwortung der Forschungsfragen werden zunächst kontextuelle Grundlagen erläutert, um einen Überblick über das aktuelle Umfeld zu geben, in dem Philanthropie stattfindet. Zu der Exploration relevanter Determinanten wird anschließend die qualitative Literaturrecherche nach Ridley (2012) herangezogen. Ausgehend von der gängigen, oben genannten Definition von ‚vermögend‘ sollen Studien berücksichtigt werden, in denen die untersuchten Personen über ein Net Worth von mindestens einer Million US-Dollar verfügen bzw. aufgrund des Ausmaßes ihres Spendenverhaltens eindeutig als Großspender*innen eingestuft und dadurch der HNW-Kategorie zugeordnet werden können. In der Arbeit wird dabei ausschließlich auf Studien Bezug genommen, die einen empirischen Ansatz verfolgen; neben sekundärer Analysen öffentlich verfügbarer Daten und Aussagen sind das vor allem quantitative und qualitative Befragungen von HNWI selbst. Geeignete wissenschaftliche Publikationen werden erfasst, wenn sie den Kriterien der Fragestellung entsprechen, und anschließend der Zielsetzung entsprechend ausgewertet.

2. Kontextuelle Grundlagen

2.1. Die Bedeutung von HNW-Philanthropie im 20. und 21. Jahrhundert

Philanthropie in dem großen und individuellen Umfang, in dem sie heute praktiziert wird, hat ihre Anfänge im Industrialismus des späten 19. bzw. des frühen 20. Jahrhunderts. Als zwei Pioniere der modernen Philanthropie werden dabei Andrew Carnegie und John D. Rockefeller angesehen, die ihren Reichtum im Zuge der industriellen Revolution erlangten. Sie trugen wesentlich dazu bei, ein modernes Verständnis von Philanthropie zu etablieren, das in engem Zusammenhang zum Unternehmertum steht (Horvath & Powell, 2020). Carnegie etwa sah die bereits damals wachsende Vermögensungleichheit als unvermeidbare Konsequenz von Fortschritt und es als Pflicht und Kompetenz des reichen Unternehmers an, seine finanziellen und intellektuellen Ressourcen bereits zu Lebzeiten dem öffentlichen Interesse zu widmen; auch, um soziale Unruhen zu vermeiden (Harvey et al., 2011). Statt ausschließlich oder einmalig Geld zu spenden ging es vermehrt darum, Chancen zu schaffen, durch welche Menschen geholfen werden soll, sich langfristig selbst zu helfen. Im Zuge dessen fand auch eine verstärkte Abgrenzung des Begriffs Philanthropie von simpler Wohltätigkeit (oftmals religiös motivierte ‚Charity‘) statt (Sulek, 2010). Während Letztere sich darauf beschränkt, bereits bestehende Missstände zu leichtern, wird Philanthropie eine stärker proaktive, präventative Qualität zugeschrieben, die die Ursachen sozialer Probleme statt lediglich deren Symptome bekämpfen und dabei strategischer vorgehen soll (Frumkin, 2006).

Seit Ende des 20. Jahrhunderts bestimmt primär der Technologie- und Finanzsektor die globale Wirtschaft und damit auch das Vermögen der neuen Generation an Philanthrop*innen (Horvath & Powell, 2020). Den Diskurs im 21. Jahrhundert dominieren nun Namen wie etwa Warren Buffet, George Soros, Bill Gates oder Mark Zuckerberg. Die Grundgedanken Carnegies haben auch heute noch Einfluss auf das philanthropische Handeln vieler vermögender Unternehmer*innen (Bishop & Green, 2008). Reichtum wird nach wie vor oft mit einer Pflicht verbunden, gesellschaftlich Verantwortung zu übernehmen; dies wird auch medial sichtbar kommuniziert. Ein medienwirksames Beispiel hierfür ist etwa die von Bill Gates und Warren Buffet gestartete Giving Pledge Initiative, die 2010 ins Leben gerufen wurde und mittlerweile 236 Mitglieder aus 28 Ländern verzeichnet (Giving Pledge, 2023). Beitretende Milliardäre verpflichten sich öffentlich dazu, mindestens die Hälfte ihres Vermögens an gemeinnützige Zwecke zu spenden und verfassen in diesem Rahmen eine öffentliche persönliche Erklärung, in der sie ihre Motivationen und Beweggründe offenlegen. Ziel der Initiative ist es „to help shift the social norms of philanthropy among the world’s wealthiest and inspire people to give more, establish their

giving plans sooner, and give in smarter ways” (Giving Pledge, 2023) und damit bereits zu Lebzeiten strategischeres philanthropisches Engagement zu fördern.

Während grundlegende philanthropische Einstellungen zu persistieren scheinen, hat sich jedoch der Umfang geändert, in dem eine solche Philanthropie stattfindet. Vor dem Hintergrund der massiven Akkumulation von Vermögen seit den 1980ern nimmt HNW-Philanthropie stetig neue Ausmaße an. Nicht nur steigt die Anzahl der Vermögenden und der Umfang der Vermögen rapide an (Capgemini, 2022), auch die philanthropischen Summen erreichen neue Extreme: So betrug Warren Buffets philanthropische Spende an die Gates Stiftung im Jahr 2006 mit einem Umfang von 30 Milliarden US-Dollar bereits mehr als die gespendeten Beträge von Rockefeller und Carnegie zusammen (McGoey, 2012, S. 189f.) Diese extremen Größenordnungen tragen ebenso wie staatliche und gesellschaftliche Entwicklungen dazu bei, dass vermehrt ein neues goldenes Zeitalter der Philanthropie verlautbart wird. Gesellschaftlich wird durch den Generationenwechsel ein Transfer an Vermögen erwartet, für den allein in den USA bis zu 58 Billionen US-Dollar prognostiziert werden (Havens & Schervish, 2014), und der neben privaten Erbschaften auch philanthropischen Zwecken zugutekommen wird (Phillips & Jung, 2016). Gleichzeitig spielt sich all das vor dem Hintergrund radikal wachsender sozialer Ungleichheiten ab, wodurch auch der Bedarf an Hilfeleistungen stetig zunimmt. Die bestehenden Ungleichheiten machend demnach derart hohe Spendenbeträge überhaupt erst möglich (Neumayr, 2022).

In vielen (vor allem westlichen) Ländern finden zudem ähnliche politische Entwicklungen statt, die die wachsende Bedeutung von privater Philanthropie begünstigen und zu einem neuen goldenen Zeitalter beitragen: Staatliche Budgets für die Bereitstellung öffentlicher Leistungen sowie für die Finanzierung von Nonprofit-Organisationen (NPOs) unterliegen vermehrt drastischen Kürzungen; zusätzlich begünstigt ein Trend zu Deregulierung Privatisierung und das Eingreifen privater Initiativen, sowohl philanthropischer als auch privatwirtschaftlicher Natur (Bishop & Green, 2008). Ebenso wurde in den meisten entwickelten Ländern ein Steuerumfeld geschaffen, das vor allem vermögenden Personen deutliche Anreize setzt, philanthropisch aktiv zu werden, etwa durch eine steuerliche Absetzbarkeit von Spendenbeiträgen, die sich progressiv am Einkommen der Spender*innen orientiert (Andreoni & Smith, 2021).

Generell ist die Philanthropie der letzten Jahrzehnte geprägt von einer zunehmenden Strategisierung und dem allgemeinen Einfluss marktwirtschaftlicher Methoden in den gemeinnützigen Sektor. Diese Entwicklungen werden zumeist unter dem Begriff des „Philanthrokapitalismus“ (Bishop & Green, 2008) diskutiert, welcher eine zunehmende

Übertragung von Methoden aus der Privatwirtschaft in den philanthropischen Sektor beschreibt. For-Profit und Non-Profit Methoden werden vermischt und philanthropisches Engagement vermehrt im Rahmen von Investment, Profit und (sozialen als auch finanziellen) Renditen diskutiert (Bishop & Green, 2008). Zusätzlich wird der philanthropische Sektor auch von der Fundraising-Seite her verstärkt professionalisiert, sowie vermehrt Berater*innen von HNWI in Anspruch genommen, die sich auf die Verwaltung von Vermögen (inklusive steuerlicher Aspekte) und die Optimierung philanthropischer Strategien spezialisiert haben (Haibach & Uekermann, 2017, S. 119).

Im Zuge dessen wird auch von einer ‚neuen‘ Philanthropie gesprochen, deren Akteure vermehrt individuelle Wege suchen, um aktiv zu werden und dabei ihre Erwartungen und Bedürfnisse erfüllt zu sehen. Sie legen große Bedeutung darauf, mit ihrem Geld eine deutliche Wirkung zu erzielen und eine Veränderung zu bewirken; in diesem Rahmen wird auch vermehrt auf konkrete Zielsetzungen, Leistungsindikatoren und Wirkungsmessung sowie der aktiven Einbindung der Spender*innen selbst bestanden. Werden diese Anforderungen von bestehenden Institutionen nicht erfüllt, konzentrieren HNWI-Individuen ihr Engagement oftmals auf das Schaffen eigener (Breeze, 2020). Diese Charakteristiken schlagen sich auch in philanthropischen Ausprägungsformen nieder.

2.2. Ausprägungsformen philanthropischen Engagements

Welche Form philanthropisches Engagement annimmt bzw. welches Instrument dafür gewählt wird, hängt von den Anforderungen und Bedürfnissen der jeweiligen Spender*innen ab, beispielsweise vom gewünschten Spendenzeitpunkt oder dem Ausmaß an Beteiligung und Kontrolle über die philanthropischen Mittel (Frumkin, 2006). Ganz allgemein kann Geld, Zeit oder Wissen/Expertise (sowie eine Kombination davon) als philanthropischer Input beigetragen werden.

Großspenden bzw. Major Gifts von Privatpersonen unterliegen keiner einheitlichen finanziellen Definition. Haibach und Uekermann (2017, S. 23) definieren eine Großspende als „philanthropische Gabe an eine gemeinnützige Organisation, deren Betrag im Vergleich zu den Beträgen, welche eine Organisation normalerweise erhält, höher ist und bei der es sinnvoll und möglich ist, individuell und persönlich mit der Spenderin bzw. dem Spender zusammenzuarbeiten.“ Der Umfang, der eine Großspende ausmacht, kann hierbei im High-Net-Worth Bereich stark variieren: In einer Studie definierten HNWI-Individuen aus Großbritannien Major Gifts etwa als Spenden von mind. 10.000£ bis 100.000£ (Breeze & Lloyd, 2013, S. 137), die Definition kann jedoch je nach Sektor auch mehrere Millionen US-Dollar umfassen (Worth et al., 2020). Grundsätzlich können Großspender*innen allein aufgrund des Umfangs ihrer Spende schon bedeutend Einfluss nehmen, beispielsweise

indem sie die Spende an gewisse Konditionen knüpfen. Jedoch bietet die Ausprägungsform der Großspende kaum Möglichkeiten zur Mitwirkung oder Einflussnahme *nach* dem Spendenakt selbst. Ebenso besteht die Möglichkeit, eine solche Spende nicht zu Lebzeiten, sondern als **Nachlass** zu tätigen.

Stiftungen stellen institutionalisierte Formen der Philanthropie dar. Sie werden von HNW-Individuen zumeist gegründet, um ein höheres Ausmaß an Langlebigkeit (auch über den eigenen Tod hinaus) und Professionalisierung in ihrer philanthropischen Spendentätigkeit zu erreichen (Frumkin, 2006). Für das philanthropische Engagement reicher Privatpersonen sind hierbei zwei Arten von Stiftungen von besonderer Bedeutung: (gemeinnützige) Privatstiftungen und operative Stiftungen. Während fördernde Stiftungen (die oftmals als Familienstiftungen geführt werden) Förderungen an Antragsteller bzw. bestehende Institutionen gewähren, betreiben operative Stiftungen mit ihren Mitteln eigene Programme, statt diese an externe Organisationen zu vergeben, was ein besonders hohes Maß an Kontrolle und Mitgestaltung der Aktivitäten gewährt (Frumkin, 2006). In einer Stiftungsurkunde wird der philanthropische Zweck sowie der Begünstigtenkreis festgelegt, im Rahmen derer Ausschüttungen getätigt werden dürfen (Neumayr, 2022). Stiftungen genießen zudem in den meisten Ländern Steuervorteile. Um diese zu rechtfertigen und für mehr Transparenz und Rechenschaft zu sorgen, gibt es daher in vielen Ländern Regelungen wie etwa jährliche Mindestauszahlungsraten oder bestimmte Offenlegungspflichten, die der sonst sehr hohen Autonomie von Stiftungen gewisse Grenzen setzen (Frumkin, 2006).

Flexiblere institutionelle Formen gewinnen ebenso an Popularität unter wohlhabenden Spender*innen. Ein Beispiel hierfür sind etwa Donor Advised Funds (DAFs); diese erlauben es Privatpersonen, Mittel an einen eigenen Fond zu spenden und dafür unmittelbar einen Steuervorteil zu erhalten, jedoch erst später über deren Verwendung zu entscheiden und die Kontrolle über den Einsatz ihrer Mittel zu bewahren (Phillips & Jung, 2016). Auch hybride Formen finden immer häufiger Anwendung: Als prominentes Beispiel kann Mark Zuckerbergs Organisation, die Chan Zuckerberg Initiative, genannt werden, die in Form einer Limited Liability Company besteht und in Form dieser in wohltätige Zwecke investiert sowie als übergeordnetes Instrument drei eigene Fördereinheiten koordiniert. Dadurch genießt sie zwar keine unmittelbaren Steuervorteile, unterliegt aber auch keinen Transparenz- oder Anti-Lobbying-Geboten und kann somit in breiteren Bereichen aktiv werden (Reckhow, 2020).

Ehrenamtliche Tätigkeiten nehmen bei HNW-Individuen meist die Form von aktiven Führungsrollen an, die ihren Status widerspiegeln; oftmals entweder als leitendes Organ in

ihrer eigens gegründeten Initiative, in der Rolle als Berater*in oder im Vorstand gemeinnütziger Organisationen (Breeze & Lloyd, 2013).

Konzeptuell wird zusätzlich zu den verschiedenen instrumentellen Ausprägungsformen in der Literatur auch immer öfter zwischen traditioneller („customary“) und unternehmerischer („entrepreneurial“) Philanthropie unterschieden (Harvey et al., 2021; Maclean et al., 2021). Während bei traditioneller Philanthropie primär die Unterstützung etablierter Institutionen und Zwecke durch einfache (Groß-)Spenden im Mittelpunkt steht, zielt unternehmerische Philanthropie durch strategische Investments auf eine langfristige Transformation sozialer Probleme ab. Hierbei werden neben finanziellen Ressourcen auch noch unternehmerisches Wissen, Expertise sowie bestehende Kontakte und Netzwerke miteingebracht und langfristige Partnerschaften aufgebaut (Harvey et al., 2021). Darunter fallen mehrere verschiedene Begrifflichkeiten, wie etwa Venture oder Impact Philanthropie, sowie in einem breiteren Rahmen auch die Konzepte von Impact Investing oder Social Entrepreneurship. Im Fokus steht bei all solchen Ansätzen von unternehmerischer Philanthropie jedoch immer primär die Anwendung von privatwirtschaftlichen Strategien, die auf Innovation und Leistungsorientierung ausgelegt sind; ebenso wie eine starke aktive Beteiligung des/r Spenders/in, eine systematische Erfolgsmessung, und eine angestrebte Maximierung von Effizienz (Maclean et al., 2021). Das zeugt zunehmend von einer Ausweitung der neoliberalen Ideologie auf den gemeinnützigen Sektor und spiegelt sich auch in den Motivationen der HNWI wider.

2.3. Potenziale und Problemfelder

Grundsätzlich stellen HNW-Spender*innen somit ein großes Potenzial für NPOs dar, Fördermittel zu generieren, besonders in Ländern wie etwa den USA, die im Gegensatz zu vielen europäischen Ländern ein schwach ausgeprägtes Wohlfahrtssystem haben. Spenden von Privatpersonen sind demnach mitunter eine der wichtigsten Einnahmequellen für den gemeinnützigen Sektor, vor allem in Ländern, in denen der gemeinnützige Sektor nur gering durch öffentliche Zuwendungen finanziert wird (Neumayr, 2022). Dabei nehmen Privatpersonen und private Haushalte die bedeutendste Rolle ein: In den USA etwa stammen 72% aller gespendeten Mittel von privaten Spender*innen, 8% aus Nachlässen, 15% von Stiftungen und 5% von Unternehmen (Breeze, 2020). Eine solche private Philanthropie erlangt dabei vor allem vor dem Hintergrund der zunehmenden Kürzung staatlicher Budgets und einer öffentlichen Sparpolitik an Bedeutung (Reckhow, 2020), die auch über die USA hinaus zunimmt. HNW-Individuen sind hierbei von besonderer Relevanz, da sie sowohl individuell als auch über Stiftungen einen Anteil ihres Vermögens spenden.

In dem Potenzial von privatem philanthropischem Engagement von HNWI sind neben dem finanziellen Ausmaß mehrere Aspekte vereint. Proponenten von HNWI-Philanthropie sehen diese oftmals besser dazu geeignet Veränderungen durchzusetzen als die Politik, da private Initiativen weniger Restriktionen unterliegen, größere Unabhängigkeit genießen und langfristige Planungshorizonte anstreben können. Eigenständige philanthropische Initiativen können mit der Bereitstellung von Risikokapital dienen, vor allem in Bereichen, die aufgrund ihrer Komplexität oder Unsicherheit von der Politik gemieden werden (Reich, 2016). In diesem Rahmen wird solch privates philanthropisches Handeln als Förderung von Innovation charakterisiert, das wesentlich zu einer pluralistischen Gesellschaft beiträgt (Frumkin, 2006). Es zeigt sich aber auch, dass dieses Potenzial noch nicht ausreichend ausgeschöpft bzw. aktiviert wurde: So etwa sind private Spendenbeträge in den meisten Ländern nicht im gleichen Ausmaß zu den Vermögen gestiegen (Haibach & Uekermann, 2017, S. 26) und nur etwa 10% aller Milliardäre weltweit sind bisher der Giving Pledge Initiative beigetreten (Sadeh et al., 2017).

Positive Wirkungspotenziale der verschiedenen Spendeninitiativen von HNWI stehen hierbei jedoch potenziellen Problemfeldern gegenüber: Durch den zunehmenden Wunsch vermögender Spender*innen nach Wirkung und Kontrolle und der finanziellen Knappheit im gemeinnützigen sowie öffentlichen Sektor ergeben sich Machtasymmetrien zwischen Philanthropen und Rezipienten (Frumkin, 2006, S. 73). In diesem Kontext wird von Ostrander (2007) gar von einer ‚donor-controlled philanthropy‘ gesprochen, die sich eher an Interessen und Anforderungen der Spender*innen orientiert als an den vorliegenden Bedürfnissen der Rezipienten. Den Spender*innen wird immer mehr Einfluss zugestanden, da um ihre finanziellen Ressourcen konkurriert wird. Auch entscheiden dadurch vermehrt reiche Privatpersonen, welche Zwecke es in welchem Umfang wert sind, unterstützt zu werden; meist ohne dabei Rezipienten und ihre Bedürfnisse in Entscheidungs- und Gestaltungsprozesse miteinzubeziehen.

Hinzu kommt, dass allein bereits durch den Umfang ihrer Fördermittel das Potenzial besteht, die jeweilige Institution bzw. den Sektor deutlich zu prägen: So stellt etwa die Gates Stiftung rund 10% des Budgets der WHO bereit und ist damit ihr zweitgrößter Förderer (nach der US-Regierung), was Fragen bezüglich der Unabhängigkeit solch großer internationaler Organisationen und der Legitimität des Einflusses privater Initiativen auf globale gesellschaftspolitische Ziele aufwirft (McGoey, 2012, S. 190). Generell unterliegen sowohl individuelle Großspender*innen als auch Stiftungen und andere private Spendeninstrumente oftmals nur ungenügenden Transparenz- und Rechenschaftspflichten. Anders als in der Politik oder am Markt müssen sie keine

Rechenschaft gegenüber Wähler- oder Konsumentengruppen ablegen bzw. sind auf diese nicht für ein Weiterbestehen angewiesen (Reich, 2016).

Auch präferieren HNWI-Individuen andere Spendenbereiche als reguläre Spender*innen. Während in der US-amerikanischen Allgemeinbevölkerung etwa vor allem an religiöse Institutionen, Bildung sowie Gesundheits- und Sozialdienste gespendet wird (Havens et al., 2006), dominieren unter HNWI die Spendenzwecke der (höheren) Bildung, der Kunst und Kultur sowie Wissenschaft/Forschung, oftmals ebenfalls im universitären Bereich (Breeze & Lloyd, 2013). Betragsmäßig stechen hier auch Zuwendungen an eigene Einrichtungen, etwa an private Stiftungen oder DAFs, hervor; diese funktionieren oftmals als „holding place“ für philanthropische Mittel, da keine sofortige Ausschüttung erforderlich ist (Breeze & Lloyd, 2013, S. 109). Dadurch stellt sich die Frage, inwieweit HNWI-Philanthropie wirklich die Bedürfnisse und Präferenzen der breiteren Bevölkerung widerspiegelt und steuerliche Begünstigungen rechtfertigt.

Diese Interessenskonflikte können auch im Hinblick auf demokratiepolitische Entscheidungsprozesse fragwürdig sein, wenn vermögende Bürger*innen deutlich abweichende politische Strukturen anstreben als die normalverdienende Gesamtbevölkerung. In den USA etwa (wo HNWI-Philanthropie aufgrund des schwachen Wohlfahrtsstaats eine besonders große Bedeutung hat) weichen die politischen Präferenzen reicher Bürger*innen deutlich von jenen der allgemeinen Bevölkerung ab, etwa in Bezug auf die Bereitstellung von Sozialleistungen oder der Privatisierung von Schulbildung (Page et al., 2013). Können die ökonomischen Eliten eines Landes nun solche politischen Prozesse durch ihre philanthropischen Aktivitäten beeinflussen, etwa durch das Fördern von politischen Think Tanks, dann wirft das Fragen über die Wahrung von Demokratie auf, auch weil oftmals nicht transparent ist, wer in solche strategischen Organisationen investiert (Callahan, 2017). In der Literatur werden diese Entwicklungen bereits immer öfter unter dem Stichwort der Plutokratie diskutiert (Goss, 2016; Saunders-Hastings, 2018). Durch ihren Reichtum können Philanthrop*innen demnach disproportional großen Einfluss auf die öffentliche Meinungsbildung sowie politische Entscheidungsprozesse ausüben und eigene Präferenzen durchsetzen, die oftmals dem Erhalt des (für sie profitablen) Status Quo dienen (Saunders-Hastings, 2018). Diese Problematik von (politischer) Einflussnahme durch HNWI wird erneut in Kapitel 4.1.8 aufgegriffen.

Die Frage nach den Faktoren, die das philanthropische Engagement von HNWI-Individuen beeinflussen, muss daher immer in einem Spannungsfeld zwischen gemeinnützigem Potenzial und dem Einfluss privater Interessen und Bedürfnisse gesehen werden.

3. Methodik

Zur Beantwortung der Fragestellung der Arbeit wird die qualitative Literaturanalyse nach Ridley (2012) herangezogen. Die Literaturreview dient dazu, grundlegende wissenschaftliche Publikationen zu dem Forschungsthema ausfindig zu machen und im Rahmen der Fragestellung einen umfassenden Überblick über bestehende Forschung zu geben. Ebenso kann die Literaturrecherche herangezogen werden, um einen Überblick über historische Kontexte und relevante Konzepte zu geben, in deren Rahmen sich die Fragestellung bewegt und zu verorten ist. Eine solch kontextuelle bzw. konzeptionelle Verortung wurde bereits im vorangegangenen Kapitel vorgenommen. Ziel der vorliegenden Arbeit ist es, mithilfe einer Literaturreview einen Überblick über den Stand der Forschung bezüglich der Philanthropie unter HNWI zu bieten und die Ergebnisse strukturiert darzustellen. Hierfür wurden vorab sowohl spezifische Suchbegriffe als auch Auswahlkriterien festgelegt, anhand derer über die Einbeziehung von Literatur entschieden wurde.

3.1. Literaturrecherche

Im Rahmen der Recherche nach geeigneter Literatur wurden zunächst die Datenbanken Google Scholar, ProQuest und EBSCO herangezogen. Einen Überblick über die ursprünglich verwendeten Suchbegriffe einschließlich angewandter Operatoren bietet Tabelle 1.

Google Scholar, ProQuest	EBSCO
<p>‚elite philanthropy‘ ‚HNW philanthropy‘ ‚millionaire philanthropy motives‘ ‚billionaire philanthropy motives‘ ‚philanthropy wealthy motives‘</p>	<p>‚elite philanthropy‘ ‚philanthropy & millionaire‘ ‚philanthropy & billionaire‘ ‚high net worth philanthropy‘ ‚philanthropy OR charity OR giving & wealthy OR rich & motivation‘</p>

Tabelle 1: Primäre Suchbegriffe

Im Zuge der Recherche wurde eine relativ große Bandbreite an Begrifflichkeiten ersichtlich, die in der bestehenden Literatur für High-Net-Worth Philanthropie verwendet werden. So wird HNW-Philanthropie etwa vereinzelt nur als Philanthropie oder ‚Entrepreneurial Philanthropy‘ bezeichnet, auch wenn ausschließlich HNWI behandelt werden. Auch wird der Begriff ‚Philanthropie‘ oftmals synonym zu den Ausdrücken ‚Spenden‘, ‚charity‘ oder ‚donations‘ angewandt. Ebenso werden die Begriffe ‚wealthy‘, ‚rich‘, ‚super-rich‘ und

‚affluent‘ teilweise als bedeutungsgleich für Personen mit einem Net Worth von über einer Million US-Dollar verwendet und bestehende Begrifflichkeiten für die unterschiedlichen Vermögenssegmente nicht immer konsistent angewandt. HNWI-Individuen selbst werden auch als ‚major donors‘ / ‚mega donors‘ bezeichnet, sowie ihre philanthropischen Zuwendungen als ‚major gifts‘ oder ‚mega gifts‘. Aus diesem Grund der fehlenden Einheitlichkeit wurde anschließend auch eine Backwards und Forwards Search in bereits durch den ersten Suchvorgang inkludierten Publikationen durchgeführt, um weitere grundlegende Texte zu dem Thema zu erfassen.

3.2. Auswahlkriterien

Bei der Auswahl geeigneter Publikationen wurden folgende Kriterien angewandt: Das wichtigste Auswahlkriterium war jenes der finanziellen Dimension. Basierend auf der vorangegangenen Definition von Capgemini (2020) wurde für HNWI-Individuen jeweils ein Net Worth von mind. 1 Million US-Dollar (oder dem Äquivalent in der jeweiligen Währung) vorausgesetzt. Einige Studien befassen sich auch mit Großspender*innen bzw. Major Donors, die aufgrund ihres Spendenumfangs ebenfalls als HNWI klassifiziert werden können. Zeitlich wurde der Untersuchungszeitraum auf die Jahre 1980 bis 2023 begrenzt, da dieser Zeitraum global durch einen drastischen Anstieg an Vermögen und Ungleichheit sowie der wachsenden Bedeutung von privater Philanthropie gekennzeichnet ist (Reckhow, 2020). Geographisch wurde hingegen keine Einschränkung getroffen, aufgrund der Tatsache, dass viele der neuen HNWI aus (ehemaligen) Entwicklungs- und Schwellenländern kommen (insbesondere aus dem asiatisch-pazifischem Raum) und diese Personengruppe somit zunehmend geographisch diverser wird (Beaverstock & Hay, 2016). Der Großteil der vorhandenen Forschung bezieht sich jedoch nach wie vor auf den anglo-amerikanischen Raum. Ein weiteres wesentliches Selektionskriterium war ein empirischer Ansatz der berücksichtigten Publikationen; auf die Inklusion rein theoretischer oder konzeptueller Texte wurde (außerhalb des Kapitels der kontextuellen Grundlagen) verzichtet. Ein Überblick über die erfasste Literatur und die von ihr verwendeten Forschungsansätze findet sich in der Tabelle 2 im folgenden Unterkapitel 3.3. Den hier aufgelisteten Kriterien entsprechende Publikationen wurden erfasst und anschließend der Zielsetzung entsprechend ausgewertet.

3.3. Übersicht über die relevante Literatur

Der Zugang zu HNWI im Rahmen von Interviews ist oftmals schwierig, sowohl durch zeitliche Einschränkungen ihrerseits als auch dem Wunsch nach Privatsphäre und Bedenken bezüglich Datenschutz. Noch schwieriger erweist sich dieser Zugang, wenn

sensible Themen wie Geld oder moralische Einstellungen diskutiert werden. Ausgehend von dieser Problematik werden zur Erforschung von HNWI-Philanthropie daher oftmals andere Forschungsdesigns herangezogen, wie etwa quantitative Befragungen, die Analyse sekundärer Daten, und Interviews mit anderen Stakeholdern im Nonprofit- und Vermögenssektor (Breeze, 2023).

Im Rahmen dieser Arbeit werden die gesichteten Publikationen daher je nach Studiendesign grob in drei Kategorien eingeteilt:

- **Qualitative Interviews:** Diese befassen sich primär mit Selbstauskünften von HNWI, jedoch werden auch immer wieder zusätzlich andere Stakeholder aus dem Nonprofit-Sektor, der Politik oder der Vermögensberatung herangezogen, um Aussagen von HNWI zu verifizieren und in einen breiteren Kontext zu setzen. Mit der Ausnahme einer Publikation (Sklair & Glucksberg, 2021) werden diese hier jedoch immer nur als Ergänzung und nicht als primäre Quelle herangezogen.
- **Quantitative Befragungen:** Hier wird meist eine deutlich größere Anzahl an HNWI erfasst und ein höheres Maß an Anonymität und Flexibilität geboten.
- **Sekundäranalysen:** Diese verwenden sekundäre Datensets, um Determinanten philanthropischen Handelns zu erforschen. Das sind beispielsweise Spendendaten und -listen, sowie öffentlich verfügbare Statements und Interviews in medialer Berichterstattung. Eine Sonderstellung nehmen hier die Giving Pledge Letters ein; diese bieten ein öffentliches, qualitatives Datenset an Einstellungen und Motiven von Ultra-HNWI und werden daher mehrfach als Datenbasis zur Analyse herangezogen.

Insgesamt wurden für die Ausarbeitung 32 Publikationen erfasst. Diese setzen sich aus 21 Journalartikeln, vier Büchern, vier Buchabschnitten und drei Reports zusammen. Eine tabellarisierte Übersicht der gesichteten Studien sowie ihrer Forschungsansätze, Datengrundlagen und regionalem Fokus ist in Tabelle 2 chronologisch dargestellt.

Die mit einem * markierten Publikationen verwenden jeweils innerhalb der gemeinsamen Gruppierung dieselbe empirische Studie als Datengrundlage. Schervish und Herman (1988), Schervish (1992) und Schervish (2005) greifen jeweils auf die ‚*Study on Wealth and Philanthropy (1988)*‘ zurück. Schervish et al. (2001) und Schervish (2014) beziehen sich beide auf die ‚*2001 High-Tech Donors Study*‘. Die Publikationen Ströing (2014) und Ströing (2015) beziehen ihre Daten aus der Studie ‚*ViD – Vermögen in Deutschland*‘, die zwischen 2008 und 2009 durchgeführt wurde. Chronologisch sind sie daher an der Stelle der jeweils ersten Publikation der Daten platziert.

Table 2: Übersicht der verwendeten Literatur

Publikation	Studiendesign	Sample /Datengrundlage	Land
Schervish & Herman (1988), Schervish (1992), Schervish (2005)*	Qualitative Interviews	130 HNWI	USA
Odendahl (1990)	Qualitative Interviews	140 HNWI + 100 Stiftungspersonal, 70 Berater*innen	USA
Cermak et al. (1994)	Qualitative Interviews	471 Gründer*innen von Charitable Trusts	USA
Ostrower (1997)	Qualitative Interviews	99 HNWI/ Großspender*innen	USA
Schervish & Havens (2001)	Quantitative Befragung	112 HNWI	USA
Schervish et al. (2001), Schervish (2014)*	Qualitative Interviews	30 (High-Tech) HNWI	USA
Madden (2006)	Qualitative Interviews Focus Groups	8 HNWI 8 Focus Groups	AUS
Schervish (2008)	Kumulative Ergebnisse vorangegangener Studien	-	USA
Rosqueta et al. (2011)	Qualitative Interviews	33 UHNWI	USA
Schmid & Rudich-Cohn (2012)	Qualitative Interviews	79 HNWI	Israel
Breeze & Lloyd (2013)	Qualitative Interviews Quantitative Befragung	20 HNWI 82 HNWI + 28 Personen aus dem Nonprofit- und Beratungssektor	UK
Shaw et al. (2013)	Sekundäranalyse Qualitative Interviews	Datenset v. 100 HNWI 20 HNWI	UK
Ströing (2014), Ströing (2015)*	Quantitative Befragung	472 HNW-Haushalte, 831 Personen	DE
Maclean et al. (2015)	Qualitative Interviews	20 HNWI + 20 Stakeholder aus Politik, Beratung und dem Stiftungssektor	UK

Publikation	Studiendesign	Sample /Datengrundlage	Land
Jansons (2015)	Qualitative Interviews	45 HNWI, sowie Stakeholder aus Politik und NPOs	Indien
Coupe & Monteiro (2016)	Sekundäranalyse (Spendendaten nach Vermögenshintergrund)	Giving Pledge List, Forbes Billionaire List, Million Dollar Gift List, Philanthropy Top 50	Global
Godfrey (2016)	Qualitative Interviews	12 HNWI	Indien
Goss (2016)	Sekundäranalyse (Policy Oriented Giving Data)	194 HNWI	USA
Osili et al. (2016)	Quantitative Befragung	1.435 HNWI	USA
Sadeh et al. (2017)	Sekundäranalyse (Pledge Letters)	96 Giving Pledge Letters, 122 Pledgers	Global
Shimoni (2017)	Qualitative Interviews	14 Großspender*innen	Israel
Gao & Zhang (2020)	Sekundäranalyse (Content Analysis von Interviews)	172 öffentlich verfügbare Interviews von 66 HNWI	China
Schmid et al. (2020)	Quantitative Befragung Qualitative Interviews	36 Großspender*innen	Israel
Worth et al. (2020)	Sekundäranalyse (Nutzung medialer Berichterstattung)	30 Mega-Gifts / Großspender*innen	USA
Harvey et al. (2021)	Qualitative Interviews	24 HNWI	UK
Schmitz & McCollim (2021)	Sekundäranalyse (Pledge Letters)	196 Giving Pledge Letters, 220 Pledgers	Global
Schmitz et al. (2021)	Sekundäranalyse (Pledge Letters)	187 Giving Pledge Letters, 209 Pledgers	Global
Sklair & Glucksberg (2021)	Sekundäranalyse Qualitative Interviews	Stakeholder im Bereich Vermögensmanagement	UK, USA, Brasilien, Schweiz

Hierbei wird ersichtlich, dass auch immer wieder qualitative und quantitative Ansätze gemischt werden. Viele Erkenntnisse werden dabei direkt aus Selbstauskünften der HNWI-Individuen bezogen, entweder primär aus qualitativen Interviews oder sekundär durch Inhaltsanalysen öffentlich verfügbarer Statements. Zusätzlich werden aber zumeist auch andere Stakeholder, etwa Fundraiser*innen oder Vermögensberater*innen, sowie verschiedene Datensets herangezogen, um getroffene Aussagen kontextuell zu verorten und auch von den HNWI nicht explizit genannte Zusammenhänge aufzuzeigen. Aufgrund von Problemen der sozialen Erwünschtheit ist etwa zu erwarten, dass Motive wie Steuervorteile, Prestige oder Einflussnahme nicht explizit genannt werden (Schmitz & McCollim, 2021), auch weil HNWI versuchen, ihre Position öffentlich zu legitimieren (Harvey et al., 2021).

Auch werden vor allem in Interviews kaum HNWI-Individuen erfasst, die noch gar nicht philanthropisch aktiv sind, womöglich aufgrund der geringeren Wahrscheinlichkeit, an eben solchen Studien teilzunehmen, um negative Selbstdarstellungen zu vermeiden (Maclean et al., 2015). Barrieren für philanthropisches Handeln werden daher oftmals eher in dem Kontext diskutiert, in dem sie HNWI daran hindern, *mehr* oder an bestimmte Institutionen zu spenden. Von den inkludierten Publikationen befassen sich nur Breeze & Lloyd (2013), Madden (2006) und Osili et al. (2016) in ihren Befragungen explizit mit hemmenden Faktoren bzw. Barrieren für philanthropisches Handeln; in den übrigen Studien werden diese allenfalls in der allgemeineren Diskussion der Motive bzw. Faktoren erwähnt.

Aus der tabellarisierten Darstellung wird zudem ersichtlich, dass vor allem Publikationen vertreten sind, die nach 2010 veröffentlicht wurden, sowie dass es vor allem in den letzten zehn Jahren ein steigendes Forschungsinteresse an HNWI-Philanthropie und ihr zugrundeliegender Einflussfaktoren zu geben scheint. Obwohl der Zeitraum der Literaturanalyse auf die letzten 40 Jahre beschränkt wurde, liegt der Fokus demnach deutlich auf den letzten 10-20 Jahren, in denen nicht nur das Vermögen von HNWI, sondern auch das öffentliche Interesse an ihnen stark gewachsen ist. Auffallend ist etwa auch, dass Schervish in dieser Zeit Erkenntnisse älterer Forschung erneut aufbereitet (etwa in Schervish (2005), Schervish (2008) oder Schervish (2014)), was auf ein stark zunehmendes Interesse am Thema der HNWI-Philanthropie in diesem Zeitrahmen hinweist.

Ebenfalls ist aus der Übersicht erkennbar, dass Forschung aus dem anglo-amerikanischen Raum weiterhin deutlich dominiert: Die USA ist mit 14 Publikationen am stärksten vertreten, danach folgt Großbritannien mit vier Studien. Der starke Fokus auf amerikanische Philanthrop*innen wird noch deutlicher ersichtlich, wenn man bedenkt, dass auch die Publikationen, die sich mit der Giving Pledge als globale Initiative beschäftigen, einen US-Fokus aufweisen: Die Initiative umfasst Mitglieder aus 28 Ländern (Giving Pledge, 2023),

die Samples an Unterzeichner*innen bestehen jedoch in den hier vertretenen Studien immer zu mind. 70% aus US-Bürger*innen (Coupe & Monteiro, 2016; Sadeh et al., 2017; Schmitz & McCollim, 2021; Schmitz et al., 2021). Vier der inkludierten Publikationen widmen sich einer solchen (globalen) Analyse der Giving Pledge Letters. Die USA weisen weltweit die höchste Anzahl an HNWI auf, gefolgt von Asien (Capgemini, 2022), was sich auch in der Forschung widerspiegelt.

Der Fokus auf die USA scheint jedoch gerade in den letzten Jahren deutlich abzunehmen, die jüngsten Publikationen setzen verstärkt einen breiteren geographischen bzw. globalen Fokus. Bis auf die Giving Pledge Analysen sowie eine weitere Publikation (Sklair & Glucksberg, 2021), die UK, USA, Schweiz und Brasilien umfasst, wird jedoch nicht länderübergreifend gearbeitet. Mit dem Aufstieg (ehemaliger) Schwellenländern und dem dortigen Vermögenswachstum nimmt HNW-Forschung auch dort zu, jedoch bislang nur in geringem Umfang. In dieser Arbeit sind zwei Studien aus Indien (wenn auch mit sehr kleinen Sample Sizes) und eine aus China vertreten. Weiters sind Publikationen aus Israel (3), Deutschland (2) und Australien (1) vertreten.

Die gesichteten Studien nehmen grundsätzlich alle eine allgemeine Exploration der Einstellungen von HNW-Individuen zu Philanthropie sowie allgemeiner Motive und Barrieren vor; nur wenige haben sich im Vorhinein auf die Erforschung eines spezifischen Faktors beschränkt – diese Ausnahmen sowie ihre jeweiligen Fokusse sind untenstehend in Tabelle 3 dargestellt.

Publikation	Fokus
Coupe & Monteiro (2016)	Vermögenserlangung
Goss (2016)	Politische Einflussnahme
Schervish (1992)	Altruismus
Schmid et al. (2020)	Sozialisierung & Weitergabe philanthropischer Werte
Shaw et al. (2013)	Wechselwirkung versch. Kapitalarten in HNW-Philanthropie
Shimoni (2017)	Wirkung & Einflussnahme; Rolle des Staates
Sklair & Glucksberg (2021)	Erbschaften & Nachfolgeplanung

Tabelle 3: Studien mit gesetztem Fokus

3.4. Vorgehensweise für die Auswertung der Literatur

Nach der Erfassung relevanter Publikationen gemäß den gesetzten Kriterien wurden diese den Forschungsfragen entsprechend ausgewertet. Für diesen Arbeitsschritt wurde eine Liste in tabellarisierter Form zur vorläufigen Kategorisierung angelegt. Nach der Identifizierung der einzelnen einflussnehmenden Determinanten im Rahmen der Auswertung der Literatur wurden diese zunächst frei nach ähnlichen Motiven gruppiert, um einen Überblick über bestehende Faktoren und übergreifende Thematiken zu erhalten. Mehrere der inkludierten Studien arbeiten mit individuell entwickelten Kategorisierungen, welche zum Vergleich mit den eigens gebildeten Motivgruppen herangezogen wurden, um diese möglichst auf Vollständigkeit zu prüfen. Aufgrund der großen Bandbreite an bestehenden Segmentierungen sowie ihrer jeweiligen Umfänge wurde jedoch kein bestehendes System direkt übernommen.

Grundsätzlich arbeitete sich bei der Aufarbeitung der Literatur ein relativ konsistentes Raster an regelmäßig aufscheinenden Faktoren heraus. Gemäß der erfassten Literatur, die einen deutlichen Fokus auf Selbstaussagen der HNWI legt (sowohl in den Befragungen und Interviews als auch in den Sekundäranalysen), sind auch die gebildeten Motivgruppen stark (jedoch nicht ausschließlich) an diesen orientiert. Die Faktoren wurden schließlich in finale Motivgruppen zusammengefasst, die den Hauptteil der Arbeit ausmachen. Da das Ziel der Arbeit ist, einen möglichst umfassenden Überblick über den Stand der Forschung zu geben wurden ähnliche Konzepte kombiniert, um Wiederholungen zu vermeiden. Ebenso wurde auf eine noch feinere Differenzierung innerhalb der einzelnen Motivkategorien verzichtet, um den Umfang dieser Arbeit nicht zu überschreiten.

Eine Unterscheidung erfolgte hier zusätzlich jeweils in die zwei Hauptkategorien an persönlichen und situativen Determinanten. Im Zuge dieser Arbeit werden persönliche Determinanten als jene Faktoren definiert, die primär vom Individuum selbst ausgehen, situative Determinanten hingegen als solche, die von außen auf das Individuum einwirken und Einfluss auf sein Handeln haben. Grundsätzlich wird jedoch davon ausgegangen, dass für philanthropisches Engagement mehrere Faktoren zeitgleich aktiv sind bzw. sich auch wechselseitig in ihrer Ausprägung beeinflussen können (Bekkers & Wiepking, 2011). Auf eine strukturelle Unterscheidung in hemmende und fördernde Determinanten wurde bewusst verzichtet, da die jeweilige Ausprägungsform des Faktors ausschlaggebend dafür ist, ob er als Motivation oder Barriere fungiert. Eine Diskussion der fördernden bzw. hemmenden Einwirkung der jeweiligen Determinanten findet daher immer innerhalb der jeweiligen Kapitel selbst statt. Hier muss jedoch erwähnt werden, dass deutlich mehr Forschung zu fördernden Faktoren besteht, und daher auch eine gewisse Prädominanz dieser in der Arbeit zu erwarten ist.

4. Determinanten im philanthropischen Engagement von HNWI

In der Literatur gibt es zahlreiche Erklärungsansätze für philanthropisches Engagement: Während ökonomische Theorien etwa von einem rationalen Individuum ausgehen, das seinen individuellen Nutzen maximieren möchte und deshalb den finanziellen Verlust der Spende nur in Kauf nimmt, weil es eine Gegenleistung erwartet, beziehen sozialwissenschaftliche Konzepte ein breiteres Bezugssystem an individuellen Werten und sozialen Normen mit ein, um philanthropisches Verhalten zu erklären (Adloff, 2016). Auch ist Philanthropie immer geprägt von der Persönlichkeit der Spendenden und muss nach Frumkin (2006, S. 172) grundsätzlich als Handeln verstanden werden, das sowohl auf die Bereitstellung gemeinnütziger Zwecke als auch auf den Ausdruck persönlicher Werte und Vorstellungen der Spender*innen ausgerichtet ist. Die untenstehenden Determinanten nehmen daher sowohl auf persönliche als auch situative Aspekte Bezug, die die individuelle Philanthropie von HNWI-Individuen prägen. Diese Faktoren sind nicht hierarchisch dargestellt, es wird keine Reihung nach Wichtigkeit vorgenommen; auch, weil diese sich oftmals wechselseitig beeinflussen oder nur gemeinsam aktiv werden.

4.1. Persönliche Determinanten

4.1.1. Prosoziale Motive

Prosoziale Motive sollen hier als Motivation verstanden werden, die nicht primär von persönlichen Bedürfnissen oder potenziellen Nutzenvorteilen für den/die Spender*in ausgeht, sondern jemanden vorrangig zum Nutzen anderer aktiv werden lässt, wobei normative und affektive Aspekte zusammenspielen (Worth et al., 2020). Ströing (2015) sowie auch Worth et al. (2020) ordnen solche Motive auch unter dem Überbegriff des Altruismus ein; jegliche Erwähnungen von Altruismus in diesem Kapitel sind daher ausschließlich in dieser breiteren Definition zu verstehen. Derartige Motive finden sich bei HNWI größtenteils in zwei Ausprägungsformen: in Form von Empathie für andere und in Form von Dankbarkeit, die sich meist in dem Wunsch niederschlägt, der Gesellschaft etwas zurückgeben zu wollen. Das Gefühl einer moralischen Pflicht resultierend aus Vermögen wird separat in Kapitel 4.1.5 diskutiert, da dies stärker mit einer Legitimation von Reichtum einhergeht.

Empathie und Identifikation

Unter dem Begriff Altruismus (im Sinne von prosozialem Handeln) wird oftmals Empathie als eine gewisse Grundvoraussetzung für philanthropisches Handeln diskutiert (Worth et al., 2020). Für Schervish (2005, S. 73) basiert Empathie vorrangig auf einer Identifikation mit anderen; es ist demnach nicht „the absence of self that motivates charitable giving, but

the presence of self-identification with others.” Auch Worth et al. (2020, S. 284) sowie Breeze und Lloyd (2013, S. 155f.) setzen in späteren Studien Empathie mit der Identifikation mit den Bedürfnissen anderer in Verbindung. Seltener wird ein ähnliches Motiv in der Literatur auch im Kontext von Mitgefühl bzw. Mitleid diskutiert. In Maddens (2006, S. 13) Untersuchung australischer HNWI-Individuen etwa scheint Mitgefühl („Compassion“) als eines der philanthropischen Hauptmotive auf, wobei es hier als „moral imperative to help“ verstanden wird. Dabei stehen moralische Prinzipien und Wertvorstellungen als Haupttreiber im Vordergrund, jedoch heben HNWI auch hier wieder die Bedeutung einer emotionalen Verbindung zu den Rezipienten hervor. Auch Ströing (2015, S. 153) ordnet Mitgefühl den altruistischen bzw. prosozialen Motiven zu.

Die Empathie mit den Bedürfnissen der Rezipienten sowie mit bestimmten gemeinnützigen Zwecken basiert häufig auf einem Rückblick der HNWI auf ihre eigene Lebens- und Erfolgsgeschichte. Dadurch ergeben sich Ansätze zur Identifikation; oft spenden sie daher an Zwecke, mit denen sie im Laufe ihres Lebens in Kontakt gekommen sind oder mit denen sie eine emotionale Verbindung aufweisen (Schervish, 1992). Beispiel hierfür sind unter HNWI etwa die jeweiligen Alma Maters, wenn diese für die berufliche und persönliche Entwicklung maßgeblich waren (Ostrower, 1997, S. 87ff.), oder Gesundheits- und Forschungseinrichtungen nach Krankheit im engen Umfeld (Schervish, 2005). Ebenso wird verstärkt an Institutionen und Zwecke gespendet, in denen Spender*innen selbst eingebunden sind und von denen sie selbst oder ihre Familien profitieren, wie etwa religiöse Gemeinden oder lokale Bildungseinrichtungen. Hier nimmt Identifikation das größtmögliche Ausmaß an, da sich die Gruppen an Spendenden und Rezipienten überschneiden (Schervish, 2008). Auch bei Cermak et al. (1994) wird ‚being a beneficiary‘ der NPO bzw. ihrer Leistungen als motivierender Faktor von HNWI genannt, zu spenden.

Basiert Empathie und folglich philanthropisches Aktivwerden auf einer solchen Identifikation, kann dies jedoch auch eine Barriere für Engagement darstellen: Sind die Lebensrealitäten der reichen und der ärmeren Bevölkerung durch die enormen Ungleichheiten zu unterschiedlich, dann fehlen womöglich Berührungspunkte und folglich Ansätze für empathische Identifikation zwischen Arm und Reich. Das gilt vor allem dann, wenn HNWI nicht in Netzwerke oder Gemeinschaften eingebunden sind, die derartige Berührungspunkte schaffen oder Vorbilder aus der eigenen sozialen Klasse bereitstellen, die sie in solche philanthropischen Aktivitäten einführen und breitere soziale Bedürfnisse aufzeigen können (Breeze & Lloyd, 2013, S. 155f.). Breeze und Lloyd (2013, S. 155) klassifizieren diese Barriere explizit unter der Kategorie „lack of empathy“, wobei ein solches fehlendes Bewusstsein theoretisch auch als fehlende Kenntnis („awareness“) von Problematiken eingestuft werden könnte.

I think a lot of wealthy people in society may live in a bit of a bubble, I don't think they're really exposed to it. You have to go and see the real problems there are in society. It's not enough to read about it in a newspaper. (HNWI in Breeze & Lloyd, 2013, S. 155)

Dankbarkeit und ‚Giving Back‘

Ebenfalls resultiert aus dem eigenen finanziellen Erfolg oft ein Gefühl der Dankbarkeit und der Wunsch, der Gesellschaft etwas zurückzugeben, insbesondere Gemeinschaften oder Institutionen, die zu diesem Erfolg verholfen haben (Schervish, 2008). Je nach nationalem Kontext kann hier auch Patriotismus eine Rolle spielen, wodurch nicht nur einzelnen Gemeinschaften oder Institutionen, sondern auch explizit dem Heimatland etwas zurückgegeben werden soll (Gao & Zhang, 2020). Der Gedanke von ‚Giving Back‘ findet sich als Motivkategorie auch unter den Teilnehmer*innen der Giving Pledge Initiative wieder (Schmitz & McCollim, 2021) und wird in den persönlichen Erklärungen der Beteiligten ersichtlich:

We have been extraordinarily blessed in life and, like the others who are participating in this effort, believe very strongly in giving back to the country, communities and causes that have been vital to shaping our lives and success. (Giving Pledge Unterzeichner*in in Sadeh et al., 2017, S. 69)

Eine solche Dankbarkeit ist oftmals verbunden mit den Ansichten über den eigenen Erfolg. Wenn erkannt wird, dass der persönliche Erfolg nicht ausschließlich durch eigene Anstrengungen erfolgt ist, sondern immer auch von günstigen Ausgangsbedingungen und einem gewissen Grad an Glück (beschrieben als *luck*, *blessing* oder *fortune*) abhängig ist, wird ersichtlich, dass weniger begünstigte Menschen ebenso nicht ausschließlich selbst für ihr Schicksal verantwortlich sind. Das begünstigt wiederum das Empfinden von Empathie und Identifikation mit Menschen außerhalb der unmittelbaren sozialen Sphäre (Schervish, 2008). Diese Ansichten sind auch in den Giving Pledge Letters vertreten: Als Motive werden hier vermehrt ‚Luck‘ und ‚Blessing‘ genannt (je nach religiöser Einstellung); bekannt ist in diesem Zusammenhang auch Warren Buffets Ausspruch, die „ovarian lottery“ gewonnen zu haben, also mit gewissen Privilegien geboren worden zu sein, die seinen Erfolg erst ermöglicht haben (Sadeh et al., 2017, S. 69).

Durch das Erkennen eigener Privilegien, wie etwa dem Zugang zu höherer Bildung und den daraus entstehenden beruflichen Vorteilen, wird oftmals ein Grundstein für philanthropisches Engagement gelegt (Schervish, 2014). HNWI legen daher oftmals den Fokus ihrer philanthropischen Aktivitäten darauf, bessere Chancengleichheit zu schaffen und die Rahmenbedingungen für individuellen Erfolg zu verbessern. Besonders Personen,

die durch eigene unternehmerische Tätigkeit finanziellen Erfolg erlangt haben, sind sich der Bedeutung guter sozialer (Ausgangs-)Bedingungen bewusst – ihre Dankbarkeit entspricht daher oftmals dem Wunsch, anderen die gleichen Möglichkeiten eröffnen zu wollen (Ströing, 2014). Das schlägt sich oftmals in einer philanthropischen Logik nieder, die darauf abzielt, Rahmenbedingungen zu schaffen, mit denen Menschen geholfen werden kann, sich langfristig selbst zu helfen, statt lediglich temporär die Auswirkungen sozialer Missstände abzufedern (Harvey et al., 2021). Aussagen von HNWI vereinen dabei oft die beiden Motive der empathischen Identifikation und dem Wunsch, etwas zurückzugeben:

The principal reason that I give money is, having started with very little, and having been the recipient of aid and scholarships, and having a sense of how people that are disadvantaged can be helped by philanthropy ... I've always felt it was the right thing to give back something of the largesse that you make in this country. (Großspender*in in Ostrower, 1997, S. 13).

Ströing (2015, S. 153) definiert solche Narrative der Dankbarkeit als „moralisch-dankbare Verantwortung“, die HNWI philanthropisch aktiv werden lässt, sieht darin aber auch die Möglichkeit, seine eigene Vermögensposition legitimieren zu wollen. Zusammenfassend können ‚altruistische‘ Motive demnach nicht mit Selbstlosigkeit bzw. Uneigennützigkeit gleichgesetzt werden, sondern hängen immer auch vom Selbstverständnis und von der Identitätskonstruktion der HNWI ab (Schervish, 1992). Zudem sind rein selbstlose Motive unwahrscheinlich, da implizite Nutzenvorteile nicht ausgeschlossen werden können, wie etwa intrinsische ‚feel good‘ Effekte oder dem Mindern von etwaigen Schuldgefühlen durch wohlätiges Handeln. Schervish (1992, S. 347) sieht daher ein Verständnis von Altruismus als „manner of engagement rather than disengagement of self“ als angemessener.

Als fördernde Determinanten gehen demnach Empathie (in einem geringeren Maße auch Mitgefühl) und Dankbarkeit (im Rahmen von gesellschaftlichem Zurückgeben) hervor; fehlende Empathie durch mangelndes Bewusstsein oder mangelnde Berührungspunkte wiederum kann das philanthropische Engagement von HNWI maßgeblich hindern. Bei beiden Faktoren spielt eine (emotionale) Identifikation mit den Rezipienten und ihren Bedürfnissen eine wichtige Rolle.

4.1.2. Psychologische Nutzenvorteile

Psychologische Nutzenvorteile sind hier verstanden als intrinsische Motive, die zur Aufnahme von philanthropischem Engagement führen können. Sie orientieren sich an persönlichen (oft impliziten) Bedürfnissen der Spender*innen und können im Gegensatz zu altruistischen Motiven primär als selbstbezogen klassifiziert werden, obwohl eine Abgrenzung nicht immer möglich ist und meist mehrere Motivationen zeitgleich wirken

(Ströing, 2014). Im Rahmen dieser psychischen Nutzensvorteile lassen sich grob drei Motivgruppen erkennen:

Joy of Giving

Die Freude am Geben bzw. durch das Geben ist ein Motiv, das in der Literatur regelmäßig aufscheint. In einer Studie amerikanischer HNW-Spender*innen findet sich eine solche Motivation als Kategorie von „personal satisfaction, enjoyment or fulfillment“ gar unter den drei wichtigsten Spendengründen von HNW-Individuen (Osili et al., 2016, S. 68). Neue philanthropisch aktive HNWI sind dabei eher bereit als ältere Generationen an Spender*innen, ihr Engagement offen als Ausdruck eigener Interessen zu diskutieren statt ausschließlich im Kontext von Gemeinnützigkeit und Selbstlosigkeit (Schervish et al., 2001, S. 68). HNWI sehen philanthropisches Engagement oftmals als Bereicherung ihres eigenen Lebens an, das ihre persönliche Zufriedenheit fördert (Breeze & Lloyd, 2013, S. 100f.).

Dabei wird durch HNW-Individuen teilweise offen anerkannt, dass hier neben rein gemeinnützigen auch selbstbezogene Motivationen agieren und ihre eigenen Bedürfnisse in philanthropischen Beziehungen ebenso eine bedeutende Rolle spielen. Derartige Einstellungen legen einen deutlichen Fokus auf persönliche Erfüllung und werden in Interviews offen zum Ausdruck gebracht:

At a very selfish level it's something from which I derive an enormous satisfaction. / I always say that philanthropy makes you feel good, and I don't mean goody-goody-two shoes, righteously good, but it just makes you feel good inside. You get a buzz. (HNWI in Breeze & Lloyd, 2013, S. 100)

Oftmals wirkt die Betonung solch persönlich befriedigender Motive stärker als rein moralische Aufrufe, die nur an Verantwortung und Pflicht appellieren (Breeze & Lloyd, 2013, S. 100f.). Emotionale Beteiligung und Begeisterung für bestimmte Zwecke erlauben das Verfolgen privater Interessen und führen oftmals zu größerem oder längerfristig strukturellem Engagement unter HNWI (Madden, 2006, S. 15).

Ebenfalls identifizieren sowohl Sadeh et al. (2017) als auch Schmitz und McCollim (2021) in ihrer Analyse der Giving Pledge Motivationen derartige Beweggründe: In beiden wird auf das Motiv des ‚Warm Glow‘ Bezug genommen, das aus Engagement resultierende positive Gefühle umfasst und hier die Freude am Geben, Sinnstiftung und das Verfolgen persönlicher Leidenschaften vereint. Dabei werden sowohl emotionale als auch psychische Vorteile hervorgehoben, die durch philanthropisches Engagement erlangt werden können. Dabei betonen HNWI oftmals, dass das Ausgeben von Geld in Form von Philanthropie mehr Zufriedenheit bringt als anderweitiger Konsum oder eine reine Akkumulation an Mitteln: „My message to those who have not yet found philanthropy is that they may well find that it

becomes a drug that gives far more pleasure than the creation of wealth” (HNWI in Schmitz & McCollim, 2021, S. 127).

Mindern von Schuldgefühlen

Ebenso kann Schuld (bzw. der Wunsch solche negativen Gefühle zu mindern oder zu vermeiden) als fördernder Faktor wirken. Derartige Schuldgefühle sind mit dem Bewusstsein über das Ausmaß des eigenen Vermögens und über das Ausmaß an Ungleichheiten verbunden. Ostrower (1997, S. 13f.) sieht in einem schuld mindernden Motiv daher auch den Wunsch, die eigene privilegierte Position sich selbst gegenüber zu rechtfertigen und etwaige innere Konflikte bezüglich des eigenen Reichtums zu vermeiden. Derartige Schuldgefühle werden von HNWI-Individuen häufig explizit erwähnt:

I find it quite hard to look at the inequality and not feel that I am making some contribution to it ... and there is an element of salving your own guilt or conscience within that, which is not necessarily a bad thing to do, better than staying guilty. (Philanthrop in Maclean et al., 2015, S. 1640)

Maclean et al. (2015) fassen derartige Motive der Gewissensberuhigung als Motivkategorie unter ‚Absolving the self‘ zusammen. Solche negativen Gefühle sind besonders bei geerbtem Vermögen präsent, da hier der Aspekt der eigenen Anstrengung und damit ein wesentlicher Teil von Legitimation wegfällt. Gerade für Erb*innen kann Philanthropie daher als Mittel dienen, innere Konflikte bezüglich ihrer Position und ihrer Leistung zu lösen (Schervish & Herman, 1988).

Selbstverwirklichung und Sinnstiftung

Selbstverwirklichung nimmt unter HNWI eine besondere Rolle ein, da sie die finanziellen sowie sozialen Mittel haben, persönliche Interessen zu verfolgen. Philanthropie bietet ihnen dabei die Möglichkeit zum Ausdruck persönlicher Werte und zur Persönlichkeitsentwicklung, beispielsweise durch Anwendung ihres Wissens bzw. ihrer Expertise auf Bereiche außerhalb ihres Berufs, dem Erlernen neuer Fähigkeiten oder der Applikation innovativer Ideen (Breeze & Lloyd, 2013, S. 76f.). Eng damit verbunden ist auch Sinnstiftung außerhalb des beruflichen Lebens (Schervish & Herman, 1988, S. 27).

Generell wird nach dem Erreichen von finanziellem Erfolg oftmals die Frage nach Sinn und Identität außerhalb des professionellen Bereichs und der Zielsetzung der Vermögensmaximierung gestellt, die dann oftmals in Philanthropie ihre Antwort findet (Schervish, 2008). Die sinnstiftende Qualität von Philanthropie gewinnt daher vor allem in Lebensphasen an Bedeutung, in denen berufliche Tätigkeiten in den Hintergrund treten, etwa durch das Antreten der Pension, dem Verkauf des Unternehmens, oder wenn eigene

Kinder bereits ausgezogen sind (Breeze & Lloyd, 2013, S. 100). Dadurch ergeben sich nicht nur neue zeitliche Ressourcen, sondern oftmals auch eine Suche nach neuer Identität. Dabei werden neue Bereiche gesucht, in denen HNWI ihre Fähigkeiten oder professionelle Expertise weiter aktiv anwenden können (Ostrower, 1997, S. 18). Die Funktion von Philanthropie als sinnstiftende Tätigkeit war dabei lange Zeit auch vor allem für wohlhabende Frauen von Bedeutung, die ihren Reichtum hauptsächlich durch Heirat oder Erbe erlangten und für die mangels einer beruflichen Beschäftigung Philanthropie oftmals eine der wenigen Möglichkeiten darstellte, gesellschaftlich und sozial aktiv gestaltende Rollen einzunehmen (Odendahl, 1990; Ostrower, 1997).

Philanthropie kann daher auch zur Identitätskonstruktion und persönlicher Sinnstiftung herangezogen werden. Schervish und Herman (1988) heben diese Bedeutung erneut vor allem bei HNWI hervor, die ihr Vermögen geerbt statt selbst erarbeitet haben, da diese neben Schuldgefühlen auch mit ihrem Selbstwertgefühl zu kämpfen haben können. Philanthropie bietet dabei eine Möglichkeit, sich selbst eine Identität aufzubauen, indem sie aktiv Zwecke unterstützen, die ihren persönlichen Werten entsprechen. Auch Ströing (2015, S. 153) sieht in dem Motiv der Selbstverwirklichung den Aspekt enthalten, das eigene Selbstwertgefühl aufbessern zu wollen.

Als psychologische Nutzenvorteile konnten somit die Freude am Geben, das Mindern von mit dem eigenen Reichtum verbundenen Schuldgefühlen und die Möglichkeit zur Selbstverwirklichung und Sinnstiftung identifiziert werden, die allesamt fördernd für philanthropisches Engagement wirken. Letztere sind hierbei besonders für HNWI mit geerbten Vermögen relevant, die durch die Art ihrer Vermögenserlangung oftmals größere Probleme haben, sich selbst gegenüber ihre Position zu legitimieren.

4.1.3. Soziale Nutzenvorteile

Soziale Vorteile umfassen sowohl persönliche als auch berufliche Nutzeneffekte, die HNWI aus philanthropischem Engagement ziehen können. Auch hier stehen meist individuelle Bedürfnisse und Ziele der HNWI-Individuen selbst im Vordergrund.

Soziale Teilhabe

Dieser Faktor beschreibt die Freude, die aus den sozialen Beziehungen gewonnen werden kann, die im Rahmen von philanthropischem Engagement aufgebaut werden. Diese Interaktionen können einerseits Rezipientengruppen umfassen, häufiger jedoch stellen diese Kontakte bei HNWI auch Führungskräfte der NPOs oder andere Spender*innen dar. Hierbei geht es nicht primär um das Streben nach Anerkennung oder Statuszugehörigkeit innerhalb bestimmter sozialer Gruppen, sondern mehr um die aktive Teilhabe am sozialen

Leben und um das Erweitern des eigenen Horizonts (Breeze & Lloyd, 2013, S. 92). In diesem Sinn kann dieser sozialer Faktor als „geselligkeitsorientiertes Motiv“ (Ströing, 2015, S. 153) eingeordnet werden, auch wenn hier potenzielle berufliche Vorteile durch derartige soziale Kontakte nicht ausgeschlossen werden können.

Prestige und Anerkennung

Weitaus häufiger diskutiert sind jedoch Motive, die mit Reputation oder Prestige in Verbindung stehen. Dazu zählt etwa die Bedeutung einer öffentlichen Anerkennung von philanthropischen Tätigkeiten oder Erfolgen. Solche Anerkennungen haben das Potenzial, das Image von HNWI-Individuen aufzubessern und ihre öffentliche Reputation zu stärken. Darunter fallen etwa öffentliche Auszeichnungen und Preise oder auch ‚naming opportunities‘, also die Möglichkeit, bestimmte Gebäude oder Programme nach Großspender*innen zu benennen (Breeze & Lloyd, 2013, S. 98ff.). Ebenso fallen darunter Tätigkeiten in prestigeträchtigen NPOs, die den sozialen Status von HNWI widerspiegeln; oftmals sind das Mitgliedschaften im Vorstand der jeweiligen Institutionen (Ostrower, 1997, S. 38). Auch wird unter HNWI vermehrt an Institutionen gespendet, die bereits Prestige genießen, etwa Kultureinrichtungen oder Ivy League Universitäten (Ostrower, 1997, S. 39ff.).

Während HNWI-Individuen selten bereit sind, öffentliche Anerkennung explizit als einen Hauptfaktor ihres philanthropischen Engagements zu nennen, werden in persönlichen Interviews dennoch positive Effekte davon betont. Darunter sind etwa Gefühle der persönlichen Zufriedenheit, wenn Engagement entsprechend gewürdigt wird; sowie die Inspiration anderer HNWI und das Schaffen eines positiven öffentlichen Images von Philanthropie und ihrer Akteure in den Medien (Breeze & Lloyd, 2013, S. 98ff.).

If you accept that a big part of the driver is being perceived to be a reputable person in society, however you want to define that, then it's important that in some way it's out there that you are meeting that expectation. (HNWI in Breeze & Lloyd, 2013, S. 98)

Vielen HNWI ist es wichtig, öffentlich als „good people“ wahrgenommen zu werden, vor allem, wenn sie aufgrund ihres unverhältnismäßigen Reichtums in Kritik geraten (Gao & Zhang, 2020, S. 486). Das wird auch durch medienwirksame Initiativen wie der Giving Pledge angestrebt, die der Öffentlichkeit eine gewisse Reputation der Teilnehmer*innen und ihrer Aktivitäten kommunizieren soll (Schmitz & McCollim, 2021).

Zugang zu Netzwerken

Eher noch als Motive von Prestige und Anerkennung erwähnen HNWI-Individuen im Rahmen ihrer Spendentätigkeit Überlegungen bezüglich Status, Identität und der

Zugehörigkeit zu bestimmten elitären Kreisen (Worth et al., 2020). Ostrower (1997) suggeriert hierbei, dass HNWI oftmals eher Angehörige ihrer eigenen sozialen Klasse als Zielgruppe sehen, die sie mit ihrem philanthropischen Engagement ansprechen wollen. Philanthropie wird dabei als Zeichen eines gewissen sozialen Status gesehen, für den der Besitz von Vermögen allein nicht ausreicht. Durch philanthropisches Engagement kann folglich der Zugang in bestimmte soziale Kreise ermöglicht werden. Hierbei wirken auf die Mitglieder elitärer Kreise auch bestimmte soziale Normen innerhalb ihrer Peer Group ein, auf die in Kapitel 4.2.3 näher eingegangen wird.

Mit den ausreichenden finanziellen Ressourcen als Ausgangspunkt bietet philanthropisches Engagement die Möglichkeit, mit diesen Eliten in Kontakt zu kommen und Netzwerke aufzubauen, etwa durch exklusive, oftmals teure Veranstaltungen wie Wohltätigkeitsbälle oder Spendengalas. Philanthropie dient hier demnach als Mittel zum Zweck, um Zugang zu exklusiven sozialen Kreisen zu erhalten und Statusgrenzen zu überschreiten (Ostrower, 1997). Mehrfach finden sich daher motivationale Narrative im Sinne von sozialem Aufstieg bzw. „social climbing“ (Ostrower, 1997, S. 37) und „joining the club“ (Maclean et al., 2015, S. 1641) in Interviews mit HNWI wieder.

Durch ein solches Networking können sich neben sozialen Nutzenvorteilen auch berufliche Vorteile aus philanthropischem Engagement ergeben. Nach Shaw et al. (2013) steht ökonomisches Kapital dabei in einer wechselseitigen, transformativen Beziehung mit sozialem Kapital in der Form von Kontakten und symbolischem Kapital in der Form von öffentlicher Anerkennung und Prestige. So kann etwa finanzielles Kapital genutzt werden, einflussreiche soziale Netzwerke zu erschließen und durch Engagement Reputation aufzubauen, was wiederum dazu dienen kann, mehr ökonomisches Kapital zu generieren, indem sich neue berufliche Möglichkeiten ergeben. Philanthropie kann daher dazu beitragen, Status und finanzielle Positionen zu reproduzieren.

There are people that I meet through philanthropy who we've done business with that we would never have met if it was a purely business relationship, and there is a huge interest in philanthropy, and therefore it opens a lot of business doors for us as well. (Philanthrop in Shaw et al., 2013, S. 593)

Die sozialen Nutzenvorteile wirken somit alle fördernd auf das philanthropische Engagement von HNWI ein: Der Faktor der sozialen Teilhabe spricht die persönliche Ebene von sozialen Beziehungen an, während Prestige und Anerkennung verstärkt auf eine Sichtbarkeit des Status oder Besserung des öffentlichen Images abzielen. Der Zugang zu Netzwerken signalisiert darüber hinaus nicht nur Statuszugehörigkeit, sondern kann schließlich auch potenzielle berufliche Vorteile eröffnen.

4.1.4. Wahrnehmung finanzieller Sicherheit

Die Wahrnehmung der eigenen finanziellen Situation als langfristig sicher stellt einen wichtigen Prädiktor für philanthropisches Engagement dar. Shervish (2008, S. 180) definiert in diesem Kontext finanzielle Sicherheit als „the self-perceived ability, despite general financial downturns, to provide a desired standard of living for oneself and one’s family“. HNWI-Individuen, die sich selbst als finanziell abgesichert einstufen, spenden dabei sowohl eher größere prozentuelle Anteile ihres Vermögens und Einkommens, als auch größere monetäre Beträge (Schervish, 2008, S. 180).

Finanzielle Sicherheit setzt dabei eine gewisse Unabhängigkeit von externen Einflüssen voraus und eröffnet gleichzeitig breitere Entscheidungsmöglichkeiten. Ist ausreichend finanzielle Sicherheit gegeben, um den gewünschten Lebensstandard unbefristet aufrechtzuerhalten, werden zusätzliche finanzielle Mittel oftmals als überschüssiges Vermögen angesehen, für das ein sinnvoller Einsatz gefunden werden soll. Philanthropie kommt daher als Entscheidungsmöglichkeit ins Spiel, wenn nach einer Kalkulation von vorhandenen Ressourcen und notwendigen sowie anderweitig konsumtiven Ausgaben eine positive Differenz als Überschuss übrig bleibt (Schervish, 2008). Dabei wird exzessiver Konsum oftmals abgelehnt, ebenso wie die Anhäufung von finanziellen Mitteln ohne korrespondierenden Bedarf oder Einsatz: „If you’ve got more wealth than you need, then what’s it for? I’m lucky enough to have more wealth than I need, and I have no desire to go and buy yachts and planes and all that crap (HNWI in Breeze & Lloyd, 2013, S. 93).“

Diese Einstellung findet sich auch in den Giving Pledge Letters wieder, wo sie unter der Kategorie „excess wealth“ behandelt wird (Schmitz & McCollim, 2021). Darunter finden sich ähnliche Aussagen, dass privater Konsum ab einem gewissen Ausmaß nicht mehr zu persönlicher Zufriedenheit beiträgt; sowie die Ansicht, dass vorhandene Ressourcen schlichtweg den persönlichen Bedarf übersteigen; „We have so much more than we could ever possibly use or need, that giving is relatively painless“ (HNWI in Schmitz & McCollim, 2021, S. 127).

Paradoxerweise jedoch stellt finanzielle *Unsicherheit* gleichzeitig eine der größten Hemmnisse für philanthropisches Engagement unter HNWI dar: So stufen sich vermögende Individuen trotz eines Net Worths von mehreren Millionen US-Dollar bzw. Pounds nur selten auf dem höchsten Level an finanzieller Sicherheit ein (Breeze & Lloyd, 2013; Schervish & Havens, 2001). Dabei wird auch ersichtlich, dass die subjektive Wahrnehmung der eigenen finanziellen Situation häufig nicht der objektiven Vermögenssituation entspricht. So bewerten einige HNWI ihre finanzielle Sicherheit lediglich als mittelmäßig, während ihr Vermögen jedoch mehrere Millionen Pounds und

damit deutlich mehr als das der überwiegenden Mehrheit der Gesamtbevölkerung umfasst (Breeze & Lloyd, 2013, S. 152).

Auch lässt sich keine einheitliche monetäre Definition von finanzieller Sicherheit finden. Die in diesem Kontext von HNWI genannten Beträge variieren stark, sind aber tendenziell recht hoch angesetzt. Als selbstdefinierte Grenze nennt eine vermögende Person etwa 50 Millionen £ als persönliche Definition von vermögend, ab der man sich keine Sorgen mehr um seine finanzielle Zukunft machen muss (Breeze & Lloyd, 2013, S. 151). In einer ähnlichen Studie unter amerikanischen HNWI liegt eine solche Grenze selbstdefiniert bei durchschnittlich 44 Millionen US-Dollar und damit ganze 76% über ihren aktuellen Vermögenswerten. Lediglich 36% aller HNWI-Individuen schätzen sich dabei als komplett finanziell abgesichert ein (Schervish & Havens, 2001, S. 80). Als Grund für eine solche Unsicherheit wird eine generelle Ungewissheit genannt, die die Zukunft mit sich bringt:

I think one of the principal reasons why a lot of people who could give don't give is just the sense of basic insecurity ... that somehow disasters are going to strike or their whole life is going to fall apart, or they may have liabilities they didn't have. And that actually includes a huge number of people who are getting through several hundred thousands a year. (HNWI in Breeze & Lloyd, 2013, S. 153)

Ebenfalls werden in diesem Kontext andere finanzielle Verantwortungen, etwa gegenüber der Familie, genannt, die stärker wirken als potenzielle Spendenmöglichkeiten (Madden, 2006). Das zeigt sich auch in einer groß angelegten Befragung unter amerikanischen HNWI: Das Priorisieren der Bedürfnisse der eigenen Familien war mit 54.7% der bedeutendste Grund, warum Befragte *nicht* philanthropisch aktiv waren. 14.7% gaben als Hemmnis außerdem an, trotz ihres HNWI-Status nicht über ausreichend finanzielle Kapazitäten zu verfügen (Osili et al., 2016, S. 13).

Ein negativer Einfluss von Gefühlen finanzieller Unsicherheit auf Spendentätigkeit, unabhängig von tatsächlichem Vermögen und Einkommen, ist in der Literatur belegt (Wiepking & Breeze, 2012). Im Vordergrund steht damit auch bei HNWI immer die *subjektive* Wahrnehmung der eigenen finanziellen Situation und der psychologischen Kosten, die mit Spenden verbunden sind (Breeze & Lloyd, 2013, S. 154). In dem Faktor sind daher sowohl psychologische als auch materielle Überlegungen vereint (Schervish & Havens, 2001, S. 80).

Finanzielle Sicherheit (sowie das Bewusstsein darum) stellt somit einen wesentlichen fördernden Faktor für Philanthropie dar. Im Umkehrschluss steht finanzielle *Unsicherheit* jedoch eine der größten Barrieren für philanthropischem Engagement von HNWI dar, da diese ihre Vermögenssituation nicht immer realistisch einstufen. Hierbei spielen auch

Zukunftssorgen und anderweitige finanzielle Verpflichtungen eine zusätzlich hemmende Rolle. Schlussendlich geht es bei diesen Determinanten immer primär um das subjektive Empfinden finanzieller Sicherheit, das nicht immer rationalen Überlegungen folgt. Im Fokus steht die Wahrnehmung der eigenen Kapazität zu geben, wenn persönliche Bedürfnisse abgedeckt und zukünftiger Bedarf geplant sind, statt rein das objektiv vorhandene Vermögensniveau. Hierbei repräsentiert finanzielle Sicherheit primär eine Grundvoraussetzung, die jedoch zusätzlich andere motivationale Einflüsse benötigt, um jemanden philanthropisch aktiv werden zu lassen (Schervish, 2008).

4.1.5. Verantwortungs- und Pflichtbewusstsein

Ein weiteres, regelmäßig aufscheinendes Motiv ist jenes einer mit Reichtum verbundenen sozialen Verantwortung. Ein solches Verantwortungsbewusstsein kann sich darin äußern, gesellschaftlichen Problematiken entgegenwirken zu wollen (Ströing, 2015, S. 153), oder sich für sein Umfeld, etwa innerhalb lokaler Communities, verantwortlich zu fühlen (Schmid & Rudich-Cohn, 2012, S. 179). Diese Bereitschaft zur Übernahme von Verantwortung in der Form von philanthropischem Engagement ist jedoch nicht immer ausgeprägt; teilweise sehen HNWI diese bereits durch ihre Steuerabgaben erfüllt, oder durch den Fakt, dass sie mit ihren Unternehmen zum wirtschaftlichen Wohlstand des Landes beitragen und Arbeitsplätze schaffen. Die Verantwortung für das Adressieren sozialer Probleme wird hier primär dem Staat zugeschrieben, der bereits durch Steuern in dieser Funktion unterstützt wird (Breeze & Lloyd, 2013, S. 155). Derartige, nicht den sozialen Normen entsprechende Einstellungen werden jedoch meist nicht in persönlichen Narrativen, sondern in der Diskussion um das (fehlende) philanthropische Engagement *anderer* HNWI genannt.

Häufiger jedoch finden sich eigene Narrative von *noblesse oblige*, im Sinne eines Pflichtbewusstseins, das einem hohen gesellschaftlichen Status entspringt und die Übernahme von Verantwortung für weniger begünstigte Mitglieder der Gesellschaft voraussetzt (Breeze & Lloyd, 2013, S. 91f.). HNWI-Individuen, und darunter besonders jene, die ihr Vermögen geerbt haben, sehen Reichtum und die daraus resultierende Position mit bestimmten Verpflichtungen gegenüber der Gesellschaft verknüpft. Damit verbunden sind jedoch oftmals auch paternalistische Einstellungen, gemäß denen sich HNWI selbst gesellschaftliche Führungsrollen zuschreiben und durch solche selbst auferlegten Verpflichtungen im Sinne von *noblesse oblige* ihre Position legitimieren (Odendahl, 1990). Derartige Pflichtgedanken zur Verantwortungsübernahme wirken auch als soziale Norm unter HNWI-Individuen innerhalb ihrer Peer Group als Motivator für philanthropisches Engagement (Ostrower, 1997). Schervish und Herman (1988) diskutieren dieses Motiv auch unter dem Begriff „stewardship“, das vor allem bei geerbtem, dynastischem Vermögen

von Bedeutung ist und ebenfalls dazu dient, die eigene privilegierte Position zu legitimieren. Solche mit Reichtum verbundenen Pflichtvorstellungen spielen dabei oftmals bereits in der Sozialisierung von Erb*innen eine wichtige Rolle:

I was very much raised with the notion that I was very fortunate and it was my responsibility to take my good fortune and make that progress in the classic sense of doing things which one is 'called upon to do'. (...) It's a notion that if you have wealth it behooves you, it's your responsibility to do for others, looking out for others, looking out in general for the society. (Erb*in in Schervish & Herman, 1988, S. 70)

Auch in den Giving Pledge Erklärungen scheint das Motiv von „stewardship“ auf; die teilnehmenden HNWI sehen sich dabei oftmals nicht als Besitzer, sondern Verwalter ihres Vermögens, das sie im Laufe ihres Lebens an die Gesellschaft rückgebend verteilen wollen (Schmitz & McCollim, 2021). Dabei werden die steigenden Ungleichheiten immer wieder als Motiv zur Teilnahme genannt, etwa durch Anmerkungen, dass die Einkommenslücke zu groß geworden sei, wodurch für sich selbst eine „civic obligation“ abgeleitet wird, aktiv zu werden (HNWI in Schmitz & McCollim, 2021, S. 127). Hierbei wird jedoch sowohl in den Pledge Letters selbst als auch im Rahmen der unterstützten Zwecke kaum auf strukturelle Ungleichheiten Bezug genommen, die die Schere zwischen Arm und Reich systematisch weiter vorantreiben. Bildung und medizinische Forschung stehen weiterhin im philanthropischen Fokus der UHNWI, während Zwecke der Diversität, Inklusion und sozialen Gerechtigkeit nur äußerst selten adressiert werden. Dadurch besteht auch nur ein beschränktes transformatives Potenzial einer solchen Philanthropie im Sinne einer Umverteilung von Vermögen (Schmitz & McCollim, 2021).

Als wesentlich fördernder Faktor kann somit ein Pflichtgefühl hervorgehoben werden, wenn gesellschaftliche Verantwortung für eine Besserung bestehender Verhältnisse nicht ausschließlich dem Staat zugeschrieben wird. Neben dem Empfinden einer sozialen Verantwortung finden sich hier unter HNWI auch *noblesse oblige* Narrative, die ebenfalls fördernd wirken, jedoch stärker in einer Rechtfertigung der eigenen privilegierten Position verankert sind.

4.1.6. Konfliktvermeidung

Steigende Ungleichheiten werden hierbei nicht nur im Rahmen sozialer Ungerechtigkeit diskutiert, sondern auch in Bezug auf steigende Erwartungen an vermögende Personen, sich zu engagieren; sowie im Hinblick auf mögliche gesellschaftliche Gefahren eines solchen konfliktgeladenen Umfelds und Auswirkungen dieser auf die Position von HNWI (Breeze & Lloyd, 2013, S. 84). Auch diese Faktoren werden von HNWI-Individuen explizit genannt, wobei gesamtgesellschaftliche Konsequenzen hervorgehoben werden:

There's a small number of people becoming richer and richer and a large number of people becoming relatively poorer (...) The way I see it is there will eventually be civil unrest if there's too big a gap between the rich and the poor. I think philanthropy is a way to stop that. (HNWI in Breeze & Lloyd, 2013, S. 84)

Ein solcher Einsatz von Philanthropie zur Vermeidung von gesellschaftlichen Unruhen findet sich auch außerhalb des anglo-amerikanischen Raums in Ländern, die ebenfalls einen beschleunigten Zuwachs and Ungleichheiten erleben, wie etwa China oder Indien (Gao & Zhang, 2020; Jansons, 2015). Solche Überlegungen gehen dabei bereits auf Carnegie zurück, der durch die aufkommende Vermögensungleichheit seiner Zeit den sozialen Frieden und damit die Position seiner selbst und anderer reicher Unternehmer gefährdet sah. Sofern demnach eine gesellschaftliche Verantwortung von HNWI in Form von Philanthropie übernommen wird, unterbleibt oftmals (erneut im Rückgriff auf Carnegies Logik) ein Hinterfragen des bestehenden Systems, das das Entstehen dieser sozialen Ungleichheiten erst ermöglicht (Harvey et al., 2021).

The whole ethos of western society is about working hard to improve yourself, and if you end up with wealth then fine. What should be clearer is that once [people] have wealth they should think more about recycling it back into society. The sin is not so much inequality but the failure to do something about it. It's not a sin to have wealth. It's a sin not to do good things with it. (Philanthropin in Harvey et al., 2021, S. 39)

Philanthropie wird daher auch eingesetzt, um ein Umfeld zu schaffen, in dem eine Akkumulation von (übermäßigem) Vermögen weiterhin geduldet wird. Der Wunsch nach einer Vermeidung von sozialen Konflikten (und damit einer Beibehaltung des für HNWI vorteilhaften Systems) kann somit als weiterer fördernder Faktor für das philanthropische Engagement vermögender Privatpersonen hervorgehoben werden.

4.1.7. Verwaltung von Erbschaften und Nachfolgeplanung

In Bezug auf Erbschaften wird vor allem der Wunsch ersichtlich, erbliche Transfers an eigene Kinder deutlich zu begrenzen, indem bereits zu Lebzeiten großzügig an philanthropische Zwecke gespendet wird oder diese in Nachlässen bedacht werden. In Breeze und Lloyds (2013, S. 87) Studie britischer HNWI geben 32% der Befragten an, dass derartige Überlegungen direkten Einfluss auf ihre philanthropischen Strategien nehmen.

HNW-Individuen sorgen sich oftmals über das Ausmaß an finanziellen Mitteln, die sie ihren unmittelbaren Erben hinterlassen (Breeze & Lloyd, 2013, S. 97). Hierbei wird ersichtlich, dass eine Maximierung individueller Erbschaften nicht das primäre Ziel ist. Während HNWI ihre Kinder ausreichend versorgt sehen wollen, werden auch mögliche negative Auswirkungen großer Erbsummen berücksichtigt, wie etwa der fehlenden Anreiz, selbst

etwas zu leisten oder die fehlende Möglichkeit, individuellen Erfolg zu erleben (Ostrower, 1997, S. 106f.). Derartige Sorgen über negative Auswirkungen von geerbten Reichtum sind auch unter den reichsten Ultra-HNWI präsent; besonders jene mit selbst erarbeitetem Vermögen betonen die formenden Erfahrungen und die Gratifikation eigener Arbeit, die sie ihren Kindern nicht vorenthalten wollen (Schmitz & McCollim, 2021). Die Einstellung vieler HNWI in diesem Zusammenhang ist repräsentiert durch die bekannte Antwort Warren Buffets auf die Frage, wie viel seines Milliardenvermögens er seinen Kindern hinterlassen will: „[E]nough so that they would feel they could do anything, but not so much that they could do nothing“ (Buffet in Breeze & Lloyd, 2013, S. 182).

In Erbschaftsüberlegungen spielt auch das Bedürfnis vieler HNWI eine Rolle, weiterhin Kontrolle über den Einsatz bzw. die Richtung ihrer Mittel bewahren zu wollen. Fließen diese dem Staat in der Form von Steuern zu, verlieren HNWI ein Mitspracherecht und fürchten, ihre bevorzugten Anliegen (auch posthum) durch die öffentliche Hand nicht priorisiert zu sehen (Ostrower, 1997, S. 101). Statt diese Mittel daher durch die Erbschaftssteuer dem Staat zukommen zu lassen, werden diese vorher in philanthropische Zwecke bzw. eigens dafür eingerichtete Institutionen investiert, oder eine solche Verwendung im Testament festgelegt:

A few very wealthy clients have already planned to leave most of their estates to charity and have made significant gifts to charity in their lifetime. One of the reasons they cite is that they do not want their money to go to the taxman in inheritance tax. (Philanthropische*r Berater*in in Breeze & Lloyd, 2013, S. 181).

Derartige Erwägungen und folglich angestrebte Umverteilungen von erbrechtlich bedingten Steuern hin zu philanthropischem Zwecken nehmen besonders am obersten Ende des Vermögensspektrums zu. In den USA etwa wird ab einem Vermögen von 20 Millionen US-Dollar zunehmend eine Strukturierung von Nachlässen ersichtlich, die Steuerbelastungen durch vermehrte Berücksichtigung gemeinnütziger Zwecke zu mindern versucht (Schervish, 2008, S. 182). Dabei hinterlassen HNWI ohne Kinder (und damit unmittelbare Erben) einen deutlich größeren Prozentsatz ihres Vermögens an gemeinnützige Zwecke als jene mit Kindern (Ostrower, 1997, S. 108; Ströing, 2015, S. 197). Ebenso planen jene, die sich den potenziellen negativen Konsequenzen von Erbe bewusst sind, größere gemeinnützige Hinterlassenschaften (Ostrower, 1997, S. 109).

Werden sowohl eigene Nachkommen als auch der Staat als Empfänger des Erbes abgelehnt, scheint somit Philanthropie als Alternative auf (Odendahl, 1990, S. 137). Dabei werden Nachkommen jedoch häufig bewusst in institutionalisierte Formen von Philanthropie miteingebunden, etwa durch das Schaffen von Stiftungen, die über mehrere

Generationen in familiärer Kontrolle bleiben. Oftmals wird daher die Leitung eigener Stiftungen oder philanthropischer Initiativen als Vermächtnis an Kinder oder andere Familienangehörige übertragen:

We definitely want our family to feel proud about [our family] foundation, and we want that to go on in perpetuity. We want our children to run it after us, and then our grandchildren, and then on and on and on. (HNWI in Breeze & Lloyd, 2013, S. 97)

Ebenso wird die zunehmende Bedeutung von Philanthropie für langfristiges Vermögensmanagement und der Nachfolgeplanung von HNWI ersichtlich (Sklair & Glucksberg, 2021). In diesem Sinne kann Philanthropie zur Einbindung von Nachkommen und ihrer Vorbereitung für die Rolle als Nachfolger*innen des Familienvermögens herangezogen werden. Wohlhabende Familien werden hier im Rahmen eines solchen Prozesses als Verwalter von sowohl privatem Kapital als auch dem Gemeinwohl charakterisiert, da ein effektives Vermögensmanagement vermehrt auch Anforderungen nach sozialer Verantwortung entsprechen muss. Der Aufbau einer philanthropischen (Familien-)Identität kann daher auch dazu dienen, privaten Reichtum und Einfluss nachhaltig zu legitimieren, „thus recasting the accumulation of wealth as a benevolent act“ (Sklair & Glucksberg, 2021, S. 12). Philanthropie kann demnach auch dazu beitragen, Erbschaftsprozesse zu legitimieren. Ebenso wird sie in diesem Rahmen genutzt, um Erb*innen durch institutionalisierte Formen des Gebens in die Verwaltung des Familienvermögens einzubinden und so dessen Zusammenhalt und Weiterbestehen zu sichern. Auch hier scheint wieder das Motiv von „stewardship“ auf, im Rahmen dessen Verantwortungen und Werte durch Philanthropie an nachfolgende Generationen weitergegeben werden sollen (Sklair & Glucksberg, 2021).

The families I work with often find that philanthropy is an excellent way to teach the next generation about financial stewardship in the context of giving back ... Research consistently indicates that proper modelling of family philanthropy can help children understand wealth not as an identity but rather as a tool they can use to make the world a better place. (Philanthropische Beraterin in Sklair & Glucksberg, 2021, S. 12f.)

Oftmals wird Philanthropie dabei bewusst genutzt, finanzielle und moralische Kompetenzen zu lehren und damit als eine Art „parenting tool“ eingesetzt, um Wertvorstellungen an nachfolgende Generationen zu vermitteln (Breeze & Lloyd, 2013, S. 97). Dadurch soll ein verantwortungsvoller Umgang mit Geld gelehrt und Nachkommen aktiv in philanthropisches Engagement eingeführt werden; auch, um ein Bewusstsein über die eigene privilegierte Position zu schaffen (Schervish & Havens, 2001, S. 96f.). Die Bedeutung, die eine solche

Sozialisierung als externer Einfluss auf das Engagement von HNWI hat, wird in Kapitel 4.2.2 näher erläutert.

Solche Einstellungen zu der Begrenzung von Erbschaften an Nachkommen und der hohen Bedeutung von Philanthropie in familiären Prozessen finden sich auch in Ländern wie etwa China wieder, in denen es (noch) keine Erbschaftssteuer gibt (Gao & Zhang, 2020). Dadurch wirken hierbei komplexere familiäre und vermögensverwaltende Überlegungen als treibender Faktor wahrscheinlicher als ein reines Motiv der Steuervermeidung.

Im Rahmen der langfristigen Verwaltung von Vermögen und Erbschaften scheint Philanthropie demnach im Rahmen von mehreren Aspekten als positive Alternative für HNWI auf: Einerseits können durch bewusste philanthropische Zuwendungen Erbschaftssteuern gemindert und Nachkommen von zu großen Erbschaften (und den damit potenziell verbundenen negativen Konsequenzen) bewahrt werden. Andererseits kann der Aufbau einer philanthropischen Identität innerhalb der Familie den Bestand des Vermögens über mehrere Generationen hinweg sichern und dabei als moralisches und finanzielles Erziehungsinstrument für Erb*innen eingesetzt werden.

4.1.8. Wirkung und Einflussnahme

Einer der am häufigsten genannten philanthropischen Motivatoren unter HNWI ist der Wunsch, eine direkte (messbare) Veränderung bewirken zu wollen, sowie die Selbstsicherheit, diese auch erreichen zu können. In einer extremeren Ausprägung kann dies auch in eine politische Einflussnahme im Sinne ihrer Privatinteressen umschlagen.

Making A Difference

Der Wunsch nach dem Bewirken einer Veränderung wird meist unter der Motivkategorie ‚making a difference‘ diskutiert (Maclean et al., 2015), die auch in den Giving Pledge Erklärungen am häufigsten vertreten ist (Schmitz & McCollim, 2021). Dieser Faktor umfasst dabei nicht nur den Wunsch nach unmittelbarer Wirkung, sondern auch die Überzeugung, eine solche durch eigens eingebrachte Expertise und Fähigkeiten erreichen zu können; oftmals wird dies im Rahmen von Narrativen diskutiert, die die eigene innovative Kompetenz mit einem zu langsamen und bürokratischen Staat in Kontrast setzen (Schmitz & McCollim, 2021). Alternativ wird dieses Motiv als ‚having an impact‘ klassifiziert, wobei Erwähnungen einer solchen angestrebten Wirkungsnahme dabei mit steigendem Net Worth zunehmen (Sadeh et al., 2017).

Breeze und Lloyd (2013, S. 76f.) fassen diese Motivkategorien als ‚being a catalyst for change‘ zusammen, die jedoch nicht nur das Bewirken einer Veränderung, sondern auch eine gewisse Kosteneffektivität („getting value for money“) umfassen, im Rahmen derer

HNWI entsprechende Resultate ihres Engagements sehen wollen. Der Wunsch, die bewirkte Veränderung sehen und damit verbundene (etwa psychische) Nutzenvorteile genießen zu können, schlägt sich in einem stärkeren Fokus auf Spendentätigkeit zu Lebzeiten nieder: „I feel that it’s important to do it while you can enjoy doing it. To give something [where] you can enjoy seeing the people helped, or whatever it is. When I’m gone, it won’t matter to me” (HNWI in Ostrower, 1997, S. 102).

Neben dem Wunsch nach Wirkung steht jedoch noch ein zweiter aktivierender Faktor für Engagement: das (Selbst)Bewusstsein, die nötigen Mittel zu haben, angestrebte Veränderungen auch tatsächlich bewirken zu können. Schervish (2008) arbeitet dieses Charakteristikum von HNWI unter dem Begriff ‚Hyperagency‘ heraus. HNWI nehmen dabei in vielen gesellschaftlichen Prozessen eine Sonderstellung ein: Vermögende Personen können die Konditionen, unter denen sie und andere leben und wirken, zu einem großen Teil selbst gestalten, statt sich nur bestmöglich unter diesen zurechtzufinden. Im Bereich der Philanthropie äußert sich dies dadurch, dass HNWI nicht nur Unterstützer*innen, sondern oftmals auch Produzent*innen philanthropischer Projekte und Initiativen sind.

Ihr Engagement ist daher gekennzeichnet durch die Kombination an “psychological and material capacity to not just contribute to or support causes, but to relatively single-handedly produce new philanthropic organizations or new directions in existing ones (Schervish, 2008, S. 173).” Als Hyperagents haben sie bedingt durch ihre Mittel sowohl die finanziellen Möglichkeiten, bestimmte Veränderungen anzustreben, als auch die Überzeugung, diese selbstbestimmt erreichen zu können. Motivkategorien von ‚making a difference‘ oder ‚having an impact‘ sind demnach sowohl mit großer Häufigkeit als auch mit dem Ausdruck großer Selbstsicherheit der HNWI in den gesichteten Studien vertreten.

I just thought, we can really make a difference here ... because that’s what entrepreneurs do. What we have to know is what the outcomes are, and we have to be able to measure it just like in any business situation. I’m really determined that I’m going to make a difference. (Philanthropin in Maclean et al., 2015, S. 1632)

HNW-Spender*innen mit unternehmerischem Hintergrund bringen dabei oftmals bewusst Kenntnisse und Fähigkeiten ihrer For-Profit Tätigkeiten ein (Schervish et al., 2001). Hierbei spielt auch zunehmend eine Wirkungsmessung des eigenen Beitrags eine Rolle, um zu überprüfen, ob dieser die gewünschte Veränderung auch tatsächlich herbeiführt. Die Verfügbarkeit von Wirkungsdaten ist für HNWI sowohl für Erstspenden als auch für laufende Zuwendungen von hoher Bedeutung (Rosqueta et al., 2011, S. 102). In einer breiten Studie US-amerikanischer HNWI geben in diesem Zusammenhang über 37% das Monitoring der Wirkung ihrer Beiträge als eine der größten Herausforderungen in ihrem philanthropischen

Engagement an (Osili et al., 2016, S. 32). Ebenso wird von HNWI der Wunsch geäußert, Monitoring- und Evaluierungsprozesse zu etablieren, um die tatsächliche Wirkung und Effektivität ihrer Beiträge besser beurteilen und philanthropische Strategien entsprechend anpassen zu können (Schervish & Havens, 2001).

Ein solcher Wunsch nach Wirksamkeit kann jedoch auch als hemmender Faktor wirken: Wird nicht empfunden, dass der eigene Beitrag eine Veränderung bzw. einen Unterschied bewirken kann, besteht die Gefahr, dass HNWI-Individuen in bestimmten Bereichen gar nicht erst aktiv werden. Es geht maßgeblich auch um das Empfinden persönlicher Effektivität (Ostrower, 1997, S. 130). Teilweise wird aufgrund von mangelnder Information über den persönlichen Wirkungsbeitrag und der fehlenden Messbarkeit von Resultaten vor komplexeren Problematiken zurückgeschreckt und stattdessen in Bereiche investiert, in denen Outcomes leichter mess- und erfassbar sind (Rosqueta et al., 2011, S. 104). Aus diesem Grund ist Bildung in vielen Ländern ein präferierter Spendenzweck von HNWI, da Ergebnisse relativ leicht quantifizierbar sind, etwa in der Zahl von Abschlüssen oder Prüfungsquoten (Jansons, 2015, S. 1000).

Politische (und gesellschaftliche) Einflussnahme

Ein Streben nach Wirkung kann jedoch auch das bewusste Vorantreiben bestimmter Zwecke oder politischen Agenden durch das Bereitstellen philanthropischer Mittel umfassen (Worth et al., 2020). HNWI sehen in dem Wirkungspotenzial von Philanthropie auch eine Einflussnahme des öffentlichen Diskurses sowie der politischen Gestaltung enthalten (Schmid & Rudich-Cohn, 2012). Private Interessen und Zielsetzungen von HNWI finden somit über philanthropische Prozesse auch im politischen Bereich Ausdruck. In diesem Kontext sehen ganze 60% der befragten HNWI in Osili et al. (2016, S. 86) ihr allgemeines Spendenverhalten an ihre politische Präferenzen gekoppelt. Die Hauptgründe für aktive politische Spendentätigkeit sind hier die Ausübung ihrer politischen Stimme bzw. Meinung sowie das Ziel, Wahlergebnisse gemäß dieser zu beeinflussen (S. 83).

Aufgrund ihres Vermögenumfanges haben HNWI-Individuen hierbei jedoch Möglichkeiten zur disproportionalen Einflussnahme im Vergleich zu normalen Bürger*innen. Goss (2016) untersucht unter dem Schlagwort „Policy Plutocrats“ das Ausmaß einer solchen politisch orientierten Philanthropie der reichsten HNWI-Individuen in den USA. Zu einem solchen politisch orientierten Spendenverhalten zählt etwa das Finanzieren von Think Tanks, Interessensverbänden oder anderer politiknaher Organisationen mit dem Ziel, bestimmte politische Forschung zu unterstützen, politische Zielsetzungen durch öffentliche Kampagnen zu fördern oder die öffentliche Meinungsbildung zu beeinflussen. Aus ihrer Analyse wird ersichtlich, dass mindestens 56% der inkludierten Philanthrop*innen (ebenso

wie 63% aller US-Unterzeichner*innen der Giving Pledge Initiative) mit ihrem Spendenverhalten aktiv politische Zielsetzungen verfolgen. Neben Philanthrokapitalismus nimmt daher auch ‚philanthro-policymaking‘ an Bedeutung zu (Rogers, 2011).

Diese Entwicklung ist in zweifacher Hinsicht problematisch: Nicht nur kommt HNWI-Individuen damit ein höheres politisches Stimmgewicht zu, durch mehr Möglichkeiten, außerhalb demokratischer Wahlprozesse ihre Prioritäten durchzusetzen (Goss, 2016); auch sind diese Prioritäten in vielen Lebensbereichen deutlich unterschiedlich zu jenen der breiten Normalbevölkerung (Page et al., 2013), die sich folglich einigen wenigen reichen Privatpersonen unterordnen muss. Ebenfalls sind politisch orientierte Spendenprozesse nicht immer transparent: So müssen etwa Think Tanks in den USA ihre Finanzierung nicht offenlegen, sodass nicht immer nachvollziehbar ist, wer durch deren Förderung gesellschaftliche oder politische Einflussnahme anstrebt (Callahan, 2017). Odendahl (1990) sieht daher in HNWI-Philanthropie auch die Gefahr, dass durch bestehende Machtasymmetrien lediglich Präferenzen einer reichen Minderheit reproduziert werden, anstatt das Gemeinwohl zu fördern.

Zusammenfassend tritt hierbei für HNWI vor allem der Wunsch, eine messbare Veränderung zu bewirken und diese Wirkung auch wahrnehmen zu können, als treibender Faktor für philanthropisches Engagement hervor. Dies kann jedoch auch in einen hemmenden Faktor umschlagen, wenn Ergebnisse des potenziellen Engagements nicht ausreichend messbar sind und persönliche Effektivität daher nicht erlebbar ist. In einem weiteren Rahmen scheint darüber hinaus das Bestreben, den öffentlichen Sektor und politische Diskurse nach ihren Vorstellungen (mit) zu gestalten als treibende Determinanten auf.

4.2. Situative Determinanten

4.2.1. Vermögenserlangung

Als situativer Faktor kann die Art der Vermögenserlangung Einfluss auf philanthropische Einstellungen und folglich philanthropisches Verhalten nehmen. Dabei scheinen HNWI, die ihren Reichtum selbst erarbeitet haben, eher philanthropisch aktiv zu sein: Sie weisen eine deutlich höhere Wahrscheinlichkeit auf, der Giving Pledge Initiative beizutreten und sind ebenso häufiger in der Philanthropy Top 50 List vertreten, die jährlich die bedeutendsten amerikanischen Spender*innen umfasst. Ebenso spenden ‚self-made‘ HNWI größere Beträge an gemeinnützige Zwecke als jene mit geerbten Vermögen; sie weisen jedoch auch in Bezug auf persönlichen Konsum eine allgemein größere Ausgabebereitschaft auf (Coupe & Monteiro, 2016). Self-made Milliardäre weisen in ihren Pledge Letters ebenso eine größere Tendenz dazu auf, eine bewusste Begrenzung von Erbschaften an ihre

Nachkommen als philanthropische Motivation zu erwähnen, ebenso wie eine Anerkennung, dass Glück neben ihren eigenen Anstrengungen eine bedeutende Rolle in ihrem Erfolg gespielt hat (Sadeh et al., 2017). Für beide dieser Motivkategorien (der bewussten Begrenzung von Erbschaften und Ansichten über den eigenen Erfolg im Rahmen von Dankbarkeit) wurde bereits in vorangegangenen Kapiteln ein tendenziell positiver Einfluss auf philanthropisches Handeln festgestellt.

Ströing (2014, S. 163ff.) diskutiert diesen Faktor der Vermögenserlangung unter dem Begriff ‚Reichtumsgenese‘ und kommt in ihrer Untersuchung deutscher HNWI zu ähnlichen Ergebnissen: Hier weisen ebenfalls Personen, die durch eigene Arbeit reich wurden (vorrangig Unternehmer*innen bzw. Selbstständige) ein höheres philanthropisches Engagement auf als jene, die durch Erbschaft oder Ehe zu ihrem Reichtum gelangt sind. Als möglicher Grund wird hier angeführt, dass HNWI durch diese eigene Arbeitsanstrengungen sich sowohl der äußeren Umstände, die beruflichen und finanziellen Erfolg beeinflussen können, als auch der eigenen Handlungskraft stärker bewusst sind (Ströing, 2014). Letztere wird als „Überzeugung der eigenen Handlungswirksamkeit“ (Ströing, 2014, S. 167) beschrieben und äußert sich wie Schervishs (2008) Konzept von ‚Hyperagency‘ in der Perspektive, gesellschaftliche Rahmenbedingungen mitgestalten zu wollen und zu können.

Diese durch die Art der Vermögenserlangung bedingten Differenzen sind auch konsistent mit dem vor allem unter self-made HNWI präsenten Wunsch, Kindern nur begrenzt Erbschaften zu hinterlassen, um diesen eigene Erfolgserlebnisse zu ermöglichen (Coupe & Monteiro, 2016). Im Kontrast dazu stehen Erb*innen, die eher als self-made HNWI eine Verpflichtung dafür empfinden, das geerbte Familienvermögen und den damit verbundenen sozialen Status auch für zukünftige Generationen bewahren zu müssen (Breeze & Lloyd, 2013, S. 94). Auch wird unter vermögenden Individuen selbst die Meinung vertreten, dass eigens erarbeiteter Reichtum eher geteilt wird, da unternehmerisch tätige HNWI zuversichtlicher sind, ihren Erfolg falls nötig unter den gleichen Ausgangsbedingungen wiederholen zu können (Maclean et al., 2015, S. 1634), während Erb*innen oftmals an ihren eigenen Fähigkeiten *ohne* das dahinterstehende Vermögen zweifeln (Schervish & Herman, 1988, S. 56f.).

Vermögende Unternehmer*innen durchlaufen hierbei eine besondere „philanthropic journey“ (Maclean et al., 2015). Die Akkumulation und der Fortbestand von Reichtum ist bei ihnen nicht das primäre Endziel, was vor allem in transformativen Perioden ersichtlich wird, in denen das Ausmaß des eigenen Vermögens erkannt wird (Breeze & Lloyd, 2013):

It was purely a realisation around the time that we floated on the stock market and realised what sort of situation we were going to be in, and we started to talk about what we were going to do. We realised there was something in the back of both our heads telling us: “you can’t just hang onto this, you can’t just be wealthy, you have to do something with it”. (Self-made HNWI in Breeze & Lloyd, 2013, S. 94)

Nach dem Verkauf von Unternehmensanteilen oder gar des Unternehmens werden oftmals relativ plötzlich große Mengen an finanziellen und zeitlichen Ressourcen frei, die in einer neuen Identitäts- und Sinnsuche münden und als Einstieg in Philanthropie dienen können (Maclean et al., 2015). Die Verfügbarkeit zeitlicher Ressourcen wird hierbei spezifisch von unternehmerisch tätigen HNWI als Faktor genannt, der das Ausmaß ihres philanthropischen Engagements deutlich hemmen kann: Beansprucht das Unternehmen (noch) den Großteil ihrer Zeit und Aufmerksamkeit, kann nicht die gewünschte intensive Beteiligung in philanthropischen Projekten ausgelebt werden und es wird oftmals nur sporadisch gespendet (Schervish et al., 2001, S.87f.). Auch können unterschiedliche Arten der Vermögenserlangung zu unterschiedlichen philanthropischen Ansätzen führen: Die neoliberale Ideologie, die HNWI mit unternehmerischem Hintergrund zu ihrem Reichtum verholfen hat, findet sich dabei häufig in ihrem philanthropischen Handeln wieder (Harvey et al., 2021). Unternehmerische Philanthropie bedient sich marktwirtschaftlicher Konzepte, wodurch Philanthropie ähnlich zu einem geschäftlichen Investment gehandhabt wird, das von HNWI auch als ein solches kommuniziert wird:

I don’t want a lot of inefficiency. I don’t want money wasted. I want more going to the areas that can really make a difference. ...That, then, naturally focuses you approaching it more like a business. ... I don’t want to be just putting money into something that is not giving a return, it’s got to be a good investment. (Philanthrop in Harvey et al., 2021, S. 41)

Im Kontext der Reichtumsgenese kann demnach ein unternehmerischer Vermögenshintergrund als fördernd für philanthropisches Engagement hervorgehoben werden. Self-made HNWI treten eher philanthropischen Initiativen bei und neigen dazu, größere philanthropische Beträge zu spenden (Coupe & Monteiro, 2016). Hierbei ist jedoch auch der Zeitpunkt des philanthropischen Einstiegs bedeutend: HNWI-Individuen mit Unternehmerhintergrund heben beschränkte zeitliche Ressourcen als hemmenden Faktor hervor, die oftmals erst nach einem Verkauf des Unternehmens oder der Übergabe der Leitung freigesetzt und in großflächigere philanthropische Initiativen investiert werden können. Im Kontrast zu self-made HNWI stehen Erb*innen, die eine gewisse Verpflichtung zur Bewahrung des Familienvermögens oftmals als hemmenden Faktor in ihrer Spendentätigkeit erleben.

4.2.2. Sozialisierung

Als externer Einfluss nimmt unter HNWI-Individuen vor allem eine entsprechende Sozialisierung mit philanthropischen Werten, Traditionen und Vorbildern eine bedeutende Rolle für späteres Engagement ein. Das familiäre Umfeld prägt hierbei den philanthropischen Sozialisierungsprozess in Kindheit und Jugend deutlich stärker als etwa schulische oder andere soziale Institutionen (Schmid et al., 2020). Auch religiöse Wertvorstellungen können in diesem Prozess eine Rolle spielen: Nicht nur vertreten alle großen Weltreligionen altruistische und prosoziale Werte wie etwa Nächstenliebe, auch kann die aktive Einbindung in (Glaubens-)Gemeinschaften soziales Engagement und philanthropisches Handeln begünstigen (Ströing, 2014). Religiöse Wertvorstellungen nehmen jedoch neben familiären Traditionen und Wertbildungsprozessen meist nur eine untergeordnete Rolle ein (Godfrey, 2016; Schmid et al., 2020).

Am deutlichsten prägen somit vorgelebte Verhaltensweisen das philanthropische Handeln zukünftiger Generationen, sowohl durch das Schaffen von Vorbildern (etwa durch elterliches Engagement im gemeinnützigen Bereich), als auch durch die Weitergabe philanthropischer Werte in familiären Diskurs und einer bewussten Einbindung der Kinder in philanthropische Entscheidungsprozesse (etwa in eigenen Stiftungen). HNWI heben als positiv einflussnehmenden Faktor hierbei besonders familiäre Vorbilder hervor, die ihnen philanthropische Werte aktiv vorgelebt haben. Diese Werte umfassen neben expliziten ehrenamtlichen oder finanziellem Engagement etwa auch Empathie oder Respekt und Achtsamkeit für seine Mitmenschen. Solche Vorbilder werden von HNWI im Erwachsenenalter dann häufig in eine eigene Motivation umgeschlagen, gemäß der sie die philanthropische Familientradition und die vorgelebte Werteorientierung fortführen wollen. (Schmid et al., 2020)

Als Barriere für Engagement wird hingegen von HNWI in diesem Kontext angegeben, *nicht* mit philanthropischen Werten erzogen worden zu sein, wodurch ihnen der Einstieg in Philanthropie auch durch organisatorische Bedenken schwerer fällt, da sie nicht auf Vorbilder oder Erfahrungen zurückgreifen können (Breeze & Lloyd, 2013, S. 156f.). Die aktive Einbindung von Kindern in Philanthropie schafft frühe Berührungspunkte mit dem Thema und kann damit etwa das Bewusstsein für gesellschaftliche Problematiken erhöhen (Ströing, 2015, S. 109), das aufgrund von gesellschaftlicher Distanz zu anderen Schichten vor allem bei wohlhabend geborenen HNWI nicht immer vorhanden ist (siehe Kapitel 4.1.1). HNWI-Individuen, deren Eltern bereits philanthropisch engagiert waren, sind hingegen mit einer größeren Häufigkeit auch selbst im gemeinnützigen Bereich aktiv, sowohl durch finanzielles als auch durch zeitliches Engagement (Ströing, 2015, S. 120). Es ist daher nicht

verwunderlich, dass die Sozialisierung durch Familie und Vorbilder oftmals als Ausgangspunkt für eigenes Engagement angegeben wird. In diesem Rahmen berufen sich HNWI als fördernden Faktor etwa auf bestehende ‚family values‘ oder einer ‚giving orientation‘, die bereits durch ihre Kindheitserfahrungen geformt wurden und die folglich ihr philanthropisches Handeln als Erwachsene prägen (Madden, 2006). Auch bei Schervish (2005) nehmen Vorbilder und Erfahrungen aus der Kindheit eine zentrale Rolle als fördernder Mechanismus für Engagement im Erwachsenenalter ein.

Der unmittelbaren Familie wird hier von HNWI die größte Vorbildwirkung zugeschrieben (Schmid et al., 2020) und bestimmte Familienmitglieder als bedeutende ethische und moralische Einflüsse identifiziert (Harvey et al., 2021). Dabei werden vor allem Verhaltensweisen vorgelebt, die dann von Nachkommen übernommen werden. Diese Bedeutung von persönlichen Vorbildern besteht auch für HNWI, die nicht in vermögende Familien hineingeboren sind:

From my father I got a very strong sense of giving, and I remember when I was quite young, if there was a world crisis, there would be a jam jar on the table at every meal time and we would put pennies into it. We couldn't afford a lot but it gave me a great sense of giving and feeling that you were making a difference. (Philanthropin in Maclean et al., 2015, S. 1633)

Neben diesem äußeren Einfluss von (familiären) Vorbildern auf das eigene philanthropische Handeln steht auch das Motiv, selbst ein solches Vorbild für andere darstellen zu wollen (Sadeh et al., 2017) – damit gemeint sind sowohl die eigenen Kinder als auch die Gesellschaft, innerhalb derer HNWI oftmals führende Rollen einnehmen: „I think we have a duty to be role models to, on an immediate basis, our families and on a broader basis to society at large“ (HNWI in Breeze & Lloyd, 2013, S. 97). Durch öffentliche Spendentätigkeiten soll eine Vorbildfunktion eingenommen werden und vor allem auch andere HNWI dazu motiviert bzw. inspiriert werden, philanthropisch tätig zu werden. Das gilt besonders dann, wenn das Einnehmen solcher Vorbildrollen öffentlich bzw. medienwirksam geschieht, etwa im Rahmen der Giving Pledge Initiative (Sadeh et al., 2017).

Eine Sozialisierung mit philanthropischen Werten geht somit als deutlich fördernder Faktor für späteres philanthropisches Engagement im Erwachsenenalter hervor. Dazu zählen vor allem Vorbilder, vorgelebte Verhaltensweisen und die frühe Einbindung in gemeinnütziges Engagement im familiären Umfeld, während schulische und religiöse Institutionen in diesem Prozess nur eine untergeordnete Rolle einnehmen. Als Barriere geht demnach auch ein Mangel an solchen philanthropischen Vorbildern und Erfahrungswerten hervor. Darüber

hinaus ist als fördernder Faktor auch der Wunsch präsent, selbst ein solches Vorbild für andere (etwa Nachkommen oder andere HNWI) repräsentieren zu wollen.

4.2.3. Soziale Netzwerke und Normen

Hierbei spielen auch die sozialen Netzwerke, in denen sich HNWI bewegen und in die sie eingebunden sind, sowie die sozialen Normen, die innerhalb dieser auf HNWI wirken, eine bedeutende Rolle für philanthropisches Engagement.

Soziale Netzwerke

Die Einbindung in Netzwerke ist ein bedeutender Prädiktor für die Wahrscheinlichkeit, philanthropisch aktiv zu werden. Dieser Faktor der aktiven Einbindung in bestimmte Gemeinschaften wird bei Schervish und Havens (1997) als ‚communities of participation‘ bezeichnet. Das Ausmaß und die Dichte dieser formellen und informellen Beziehungen bestimmen folglich das „associational capital in the form of social networks of invitation and obligation“ (Schervish & Havens, 1997, S. 257), das für philanthropisches Engagement maßgeblich ist. Das können sowohl formal organisierte Gruppen wie etwa religiöse Vereinigungen oder auch informelle Netzwerke an beruflichen Kontakten sein. Durch den Aufbau eines solchen sozialen Kapitals werden mehr Kontaktpunkte geschaffen, mit denen Individuen mit philanthropischen Anfragen, Projekten oder Zwecken in Berührung kommen können (Madden, 2006).

Dabei wird unter HNWI bevorzugt an Institutionen oder Organisationen gespendet, in denen sie selbst oder ihre Familienmitglieder aktiv beteiligt sind; entweder als Mitglied der Gemeinschaft, als Nutznießer der Leistungen der Organisation oder durch ehrenamtlich sowie professionelle Funktionen, etwa im Vorstand (Schervish & Havens, 2001, S. 92). Ebenso wird verstärkt an Organisationen gespendet, in denen eigene soziale Kontakte eine aktive Beteiligung aufweisen (Ostrower, 1997, S. 31f.). Beide dieser sozialen Faktoren finden sich auch in der Typologisierung von HNWI-Spenderprofilen in Cermak et al. (1994) wieder: ‚Affiliators‘ werden primär durch soziale Beziehungen und Kontakte in bestimmte Organisationen involviert; ‚RePAYERS‘ hingegen durch ihre eigenen (profitablen) Erfahrungen mit bestimmten NPOs im Rahmen von Reziprozität.

Soziale und organisationale Einbindung nimmt demnach einen deutlich positiven Einfluss auf das philanthropische Engagement von HNWI. Eine solche Einbindung in soziale Netzwerke erhöht zudem auch die Wahrscheinlichkeit, zum Spenden aufgefordert zu werden (Schervish & Havens, 1997). Das ist bedeutend, da über die Hälfte aller HNWI nicht selbst-initiiert, sondern als Reaktion auf ein Ansuchen spendet (Schervish & Havens, 2001, S. 92). Im Rahmen eines solchen Ansuchens spielt es vor allem eine Rolle, wer die Anfrage

stellt. HNWI sind eher bereit, ein Ansuchen nach Spenden zu erwägen oder gar zu erfüllen, wenn es von jemandem gestellt wird, den sie persönlich kennen und der in den gleichen Kreisen verkehrt wie sie selbst (Breeze & Lloyd, 2013, S. 132). Dabei wirken in HNW-Kreisen vor allem auch Normen der Reziprozität. Unter diesen Begriff fallen nicht nur Spenden an Organisationen oder Institutionen, von denen die spendende Person Leistungen erhalten hat oder sich diese in Zukunft erwartet (Worth et al., 2020), sondern vor allem wechselseitige Erwartungen der Unterstützung innerhalb der Peer Group selbst (Odendahl, 1990, S. 39). Philanthrop*innen nehmen dabei auch eine wichtige Rolle im Aufbringen von Mitteln ein, wenn sie selbst zu Fundraiser*innen werden, um andere wohlhabende Peers für bestimmte Zwecke zu motivieren, indem sie auf ihre bestehenden Beziehungen zurückgreifen (Odendahl, 1990, S. 37). Im Fokus steht in diesem Kontext weniger der Appell an persönliche Interessen, sondern die wechselseitigen Beziehungen und korrespondierenden Erwartungen innerhalb sozialer Netzwerke:

Having asked, and been asked, you end up with a peer set that you show solidarity with. There's an element of reciprocity [that can be more important than the cause]. / There are people with whom you do the mutual one-shot – a million for your project, a million for mine ... I'm not quite sure why we do this! (HNWI in Breeze & Lloyd, 2013, S. 142)

Weiters weist eine solche Vernetzung auch Bedeutung für einen Informationsaustausch und für gemeinsame Lernprozesse auf. Rat bezüglich eigener philanthropischer Strategien wird primär vom unmittelbaren sozialen oder beruflichen Netzwerk angestrebt, wobei den eigenen Peers hierbei die größte Vertrauenswürdigkeit bezüglich verlässlicher Informationen zugeschrieben wird (Rosqueta et al., 2011). Im Rahmen eines solchen Austausch gewinnen auch kollaborative Formen wie etwa ‚Giving Circles‘ unter HNW-Spender*innen zunehmend an Beliebtheit, bei denen Mitwirkende ihre Ressourcen poolen und gemeinsam philanthropische Entscheidungen treffen (Breeze & Lloyd, 2013, S. 122f.). Soziale Netzwerke begünstigen demnach (strategischeres) philanthropisches Engagement auch durch die Ermöglichung eines solchen Austausches.

Soziale Normen

Das philanthropische Handeln von HNWI ist folglich auch von den sozialen Normen beeinflusst, die in diesen Netzwerken präsent sind. Philanthropie ist in elitären Kreisen oftmals noch stärker als Reichtum selbst ein Zeichen von Status und folglich „a way of being part of society“ (Ostrower, 1997, S. 6). HNWI-Individuen definieren philanthropisches Engagement für sich und ihre soziale Klasse nicht mehr nur als persönliche Entscheidung, sondern auch als moralische Verpflichtung, die mit einem bestimmten sozialen Status

einhergeht und in höheren sozialen Kreisen als Teil guter Sitten erwartet wird (Ostrower, 1997; Schmid & Rudich-Cohn, 2012). Vermögende Personen, die sich trotz vorhandener Ressourcen nicht angemessen engagieren, werden von ihren Peers offen in Verstoß dieser sozialer Normen verurteilt:

[I]t gives me a real clue about them as people, especially if they have the same background as I do. In other words, if they've been brought up with money and choose not to go give when their parents were givers ... I wonder about them. And I wonder what went wrong. (HNWI in Ostrower, 1997, S. 15)

Sich diesen sozialen Normen nicht anzupassen, kann folglich negative Konsequenzen in der Form von sozialer Exklusion aus bestimmten Kreisen annehmen (Ostrower, 1997). Gleichzeitig wirken auch gesellschaftliche Erwartungen von außerhalb auf HNWI-Individuen ein. Besonders vermögende Unternehmer*innen oder Personen im öffentlichen Leben stehen zunehmend unter sozialem Druck, sich öffentlichen Erwartungen nach einem ethischem Umgang mit Reichtum zu beugen (Macleay et al., 2015). Neben einem horizontalen Druck aus der eigenen Peer Group steht demnach auch ein vertikaler sozialer Druck, der von der Öffentlichkeit ausgeht und mit steigenden Ungleichheiten zunehmend von unten auf HNWI einwirkt (Jansons, 2015, S. 994). Sich an solche Erwartungen durch philanthropisches Handeln anzupassen, kann somit auch mit einer Rechtfertigung seines Vermögens im öffentlichen Diskurs einhergehen.

Zusammenfassend wirken sowohl die Einbindung in soziale Netzwerke als auch bestehende soziale Normen innerhalb elitärer Kreise und der Gesellschaft fördernd auf philanthropisches Potenzial ein. Soziale Einbindung steigert mögliche Kontaktpunkte und die Wahrscheinlichkeit, nach einer (finanziellen) Beteiligung gefragt zu werden; ebenso begünstigt eine solche Vernetzung einen Informationsaustausch unter Peers in HNWI-Kreisen. Zusätzlich wirken noch wechselseitige Erwartungen im Sinne von Reziprozität sowie soziale Normen bezüglich eines ‚ethischen‘ Umgangs mit Vermögen als fördernde Determinanten auf HNWI ein.

4.2.4. Reputation und Effizienz des Nonprofit-Sektors

Eine maßgebliche Barriere für Philanthropie (vor allem im traditionellen Sinn von finanzieller Unterstützung für bestehende Institutionen) ist gemäß Selbstauskünften von HNWI die Reputation des Nonprofit-Sektors als ineffizient, sowie eine Wahrnehmung fehlender Vertrauenswürdigkeit.

Der Nonprofit-Sektor, sowie viele seiner institutionellen Akteure, werden von HNWI oftmals kritisch gesehen: Über die Hälfte aller HNWI sieht NPOs als ineffizient darin an, Spenden

effizient zu verwalten und effektiv einzusetzen (Breeze & Lloyd, 2013, S. 159). Das mündet in fehlender Vertrauenswürdigkeit, wenn es um das Erreichen bestimmter Zielsetzungen geht: „There’s also a trust issue. A lot of charities are run by good-hearted people, and that’s wonderful, but they’re not necessarily efficient or good at getting value for money” (HNWI in Breeze & Lloyd, 2013, S. 159.). Auch hier spielt wieder eine gewisse Kosten-Nutzen-Abwägung eine Rolle, die das philanthropische Engagement vieler HNWI prägt. Eine solche Wahrnehmung ist vor allem hemmend, da HNWI die von ihnen angestrebte Wirkung nicht erreichen (oder zumindest nicht ausreichend messen) können, die selbst einen wichtigen Motivator darstellt (siehe Kapitel 4.1.8).

Viele NPOs werden folglich von HNWI (vor allem von jenen mit unternehmerischen Hintergrund) als zu bürokratisch in ihrer Arbeitsweise angesehen, um tatsächlich eine Veränderung bewirken zu können. Die Erwartungen vieler HNWI nach einer innovativen Rolle des Nonprofit-Sektors und der Ausweitung philanthropischer Initiativen in einen größerem Wirkungsumfang stimmen oftmals nicht mit den tatsächlichen Kapazitäten und Möglichkeiten von NPOs überein, die aufgrund ihrer Finanzierung primär auf einen Erhalt statt auf Wachstum ausgerichtet sind (Schervish, 2014). Neben einer größeren Flexibilität wollen HNWI oftmals auch mehr Kontrolle und unmittelbare Beteiligung, etwa durch das Einbringen von strategischem Wissen und der Einbindung in Entscheidungsprozesse:

We don’t want to do it unless we know there is a real impact. (...) You assess the impact you are having and support the organization in scaling. It is really being an engaged funder throughout. That is a big piece of our thinking. (Philanthropin in Harvey et al., 2021, S. 42).

HNWI sehen das Wirkungspotenzial von NPOs durch bestehende bürokratische Prozesse und die damit verbundenen organisatorischen Anforderungen häufig als (zu) begrenzt an (Schervish, 2014). Hervorgehoben werden hier auch vor allem zu hohe Administrationskosten im Management von NPOs, die dem Wirkungspotenzial im Weg stehen, und die HNWI nicht mitfinanzieren wollen (Madden, 2006). Nach dem Tätigen einer Spende ist es HNWI daher vor allem wichtig, dass wirklich nur der nötigste Teil ihrer Mittel an administrative Stellen innerhalb der Organisation geht, sowie dass diese effiziente operationale Strukturen aufweist und die finanzielle Verwendung auch offenlegt (Osili et al., 2016, S. 40).

In diesem Kontext wird von HNWI nicht nur das Risiko von ineffizientem Management, sondern auch jenes von möglicher Korruption als limitierender Faktor hervorgehoben (Schervish & Havens, 2001, S. 93). Es mangelt somit an Transparenz und einer Nachvollziehbarkeit für HNWI, wo ihre Spenden schlussendlich tatsächlich landen. Durch

diese fehlende Transparenz und dem Risiko, ihre Mittel an Administrationskosten zu ‚verschwenden‘ werden NPOs als Intermediäre in philanthropischem Engagement oftmals kritisch gesehen (Jansons, 2015; Madden, 2006). Ein solches Misstrauen ist vor allem auch in Schwellenländern prävalent, in denen der philanthropische Sektor erst im Aufschwung ist und viele Organisationen noch nicht ausreichend professionalisiert sind. Hierbei spielen auch finanzielle Missbrauchsfälle in NPOs eine Rolle, die die Reputation des gesamten Sektors schädigen. HNWI in diesen Ländern gründen daher oftmals eigene Initiativen, um die Kontrolle über ihre Mittel bewahren zu können (Jansons, 2015).

Darüber hinaus wird von HNWI auch die Bedeutung einer Professionalisierung des Fundraisings hervorgehoben: Massenanfragen, die keine Recherche bezüglich der Interessen und der Kapazitäten des/r Spender*in betrieben haben, wirken abschreckend – oftmals nicht nur in Bezug auf die anfragende Organisation, sondern auf den gesamten Sektor (Breeze & Lloyd, 2013, S. 134f.). HNWI-Individuen heben hier auch das Gefühl einer geringen Wertschätzung hervor. Sie wollen als Individuum gesehen werden, das maßgebliche Mittel und Expertise beitragen kann, und erwarten sie sich durch ihr Engagement unter anderem auch direkten Zugang zu der Führungsebene von NPOs (Breeze & Lloyd, 2013, S. 135f.). Die potenzielle Gefahr übermäßiger Anfragen ist auch ein selbstgenannter Grund dafür, warum HNWI zögern, ihr Engagement großflächig auszuweiten (Madden, 2006, S. 21), oder warum sie ihr Engagement für bestimmte Organisationen gar einstellen (Osili et al., 2016, S. 41). Hier spielen auch Bedenken bezüglich ihrer Privatsphäre eine wichtige Rolle (Osili et al., 2016, S. 40).

HNWI wünschen sich von NPOs nicht nur bessere Kommunikation über die Verwendung ihrer Mittel innerhalb der Organisation, sondern auch eine Implementation von Wirkungsmessung und Performance Monitoring, um Spendenentscheidungen zu erleichtern. Gründe, warum philanthropisches Engagement eingestellt wird, hängen demnach oftmals mit schlechtem NPO-Management zusammen; darunter fallen beispielsweise Unzufriedenheit über den Einsatz gespendeter Mittel oder eine mangelhafte Kommunikation über individuellen Bedarf und erlangte Erfolge (Breeze & Lloyd, 2013, S. 115f.). Sehen HNWI ihre Anforderungen in bestehenden Institutionen nicht erfüllt, neigen sie dazu, eigene philanthropische Initiativen zu gründen, in denen sie die angestrebte Kontrolle innehaben und gewünschte Strukturen implementieren können, was jedoch zu Ineffizienz und Redundanz in der Bereitstellung von Leistungen im Nonprofit-Sektor führen kann (Rosqueta et al., 2011).

Die gegenwärtige Reputation des Nonprofit-Sektors als zu bürokratisch, ineffizient und intransparent stellt somit eine deutliche Barriere für traditionelles philanthropisches

Engagement im Sinn der finanziellen Unterstützung bestehender gemeinnütziger Institutionen und Intermediäre dar. HNWI haben nicht nur hohe Anforderungen bezüglich Einflussnahme und Wirkungsmessung, sondern auch Bedenken bezüglich Privatsphäre, Professionalität und einer möglichen Flut an Unterstützungsanfragen, die sie hemmend beeinflussen können. Dieses Misstrauen dem Nonprofit-Sektor gegenüber resultiert jedoch oftmals in dem Gründen eigener philanthropischer Initiativen, wodurch in diesem Faktor auch ein förderndes Element enthalten ist.

4.2.5. Steuerliche Anreize und Rolle des Staates

Steuerliche Vorteile sind eines der Hauptinstrumente, die HNWI einen Anreiz bieten sollen, philanthropisch aktiv zu werden. In HNWI-Kreisen sind diese auf zweifache Art besonders relevant: Durch den in vielen Ländern präsenten Vorteil der steuerlichen Absetzbarkeit von Spenden und durch den Umfang drohender Erbschaftssteuern, die bereits in Kapitel 4.1.7 näher diskutiert wurden. Vor allem in Studien mit US-amerikanischem Kontext nehmen steuerliche Anreize im philanthropischen Diskurs eine bedeutende Rolle ein, während diese in aufstrebenden Märkten wie etwa China oder Indien noch weniger öffentliche Aufmerksamkeit finden (Gao & Zhang, 2020; Godfrey, 2016). Auch gibt es in diesen Ländern (noch) keine Erbschaftsteuer (Gao & Zhang, 2020; Jansons, 2015).

Steuererleichterungen können eine wichtige Rolle darin spielen, die Kosten, die mit Spenden verbunden sind, zu reduzieren. Da viele Länder solche Steuervorteile progressiv gestalten, sind diese Anreize für Personen am oberen Einkommens- und Vermögensspektrum besonders deutlich (Wiepking & Breeze, 2012). Steuerbezogene Motive werden von HNWI dabei aber nicht immer offen oder in vollem Ausmaß anerkannt, vor allem in öffentlichen Diskursen um philanthropisches Engagement. In den Giving Pledge Erklärungen findet sich hierbei etwa keine einzige Erwähnung steuerlicher Vorteile (Schmitz & McCollim, 2021). Steueranreize werden auch in Studien nur von wenigen HNWI als unmittelbarer Motivator für ihr Engagement genannt (Breeze & Lloyd, 2013; Odendahl, 1990). Allerdings wird mehrfach eingeräumt, dass Steueranreize eine bedeutende Rolle dafür spielen, *mehr* zu spenden:

Tax breaks do not make great philanthropists but they enable people to give more. Tax breaks are important but you need a philanthropic impulse as well. If you take away the tax incentive, the amount of money going to charities would drop considerably. (HNWI in Breeze & Lloyd, 2013, S. 101)

Die Bedeutung steuerlicher Anreize wird von HNWI meist in einem solchen Kontext des Mehrgebens diskutiert. Ebenso würde nach Selbstangaben ein deutlicher Prozentsatz von HNWI (bis zu ein Drittel) ihre Spendentätigkeit ohne der Verfügbarkeit der steuerlichen

Absetzbarkeit reduzieren (Osili et al., 2016, S. 80); während das Ausweiten steuerlicher Anreize als Faktor genannt wird, der ihr philanthropisches Engagement erhöhen würde (Schervish & Havens, 2001, S. 94). Auch scheint ‚tax mitigation‘ als Motiv auf, wenn es um das Gründen eigener philanthropischer Einrichtungen (etwa Stiftungen) geht (Cermak et al., 1994). In einem solchen steuerbezogenen Diskurs wird von HNWI jedoch auch explizit betont, dass sie in ihrem philanthropischen Engagement nicht als Steuerhinterzieher*innen gesehen werden wollen (Breeze & Lloyd, 2013, S. 102).

Einer Abschaffung steuerlicher Anreize stehen HNWI überwiegend negativ gegenüber; sie glauben nicht, dass der Staat durch die dadurch gewonnenen Steuereinnahmen effizienter arbeiten oder ihre Interessen ausreichend vertreten würde (Ostrower, 1997, S. 114f.). Damit verbunden sind auch allgemein negative Einstellungen gegenüber dem Staat, der als zu bürokratisch, langsam und ineffizient angesehen wird, um Veränderung zu bewirken und Leistungen bzw. Unterstützung effizient bereitstellen zu können (Odendahl, 1990). Dadurch wird auch eigenes (philanthropisches) Eingreifen gerechtfertigt und eine hohe Besteuerung abgelehnt: „I think we are much better prepared to make money go to places where it really should be utilized and utilized without wastage that occurs when it goes through the government’s hands“ (HNWI in Odendahl, 1990, S. 67).

HNWI rechtfertigen ihre philanthropischen Interventionen durch eine größere Effizienz privater Initiativen, die durch das bestehende staatliche System nicht gegeben sei (Odendahl, 1990, S. 67f.). Diese Einstellung findet sich nicht nur im US-amerikanischen Kontext, sondern auch in anderen neoliberal geprägten Ländern wie etwa Israel, wo unter HNWI ähnlich wenig Vertrauen in staatliche Strukturen und Entscheidungsträger herrscht (Shimoni, 2017). Allgemein sehen HNWI ihre gesellschaftliche Rolle neben dem Staat jedoch als komplementär und nicht als substitutiv an (Breeze & Lloyd, 2013; Shimoni, 2017). Sie sehen ihre eigene philanthropischen Initiativen dabei als Alternative, die frei von den kritisierten bürokratischen Strukturen ist und daher flexibler und innovativer vorgehen kann. Dadurch nimmt auch die bewusste Einflussnahme von HNWI auf den dritten und den öffentlichen Sektor zu (Shimoni, 2017). Diese Kritik an Bürokratie und Ineffizienz und die vorteilhafte Darstellung eigener Initiativen findet sich unter HNWI sowohl in Bezug auf den Staat als auch auf den Nonprofit-Sektor, und wird oftmals als Ausgangspunkt für eigenes philanthropisches Engagement angeführt.

Solche negative Einstellungen gegenüber dem Staat sind unter HNWI besonders relevant, da sie diesen über die Höhe ihrer Steuerabgaben bedeutend mitfinanzieren (würden). Ein fehlendes Vertrauen in das Wirkungspotenzial des Staates kombiniert mit steuerlichen Anreizen und dem Bewusstsein der eigenen Wirkungsfähigkeit über alternative Wege

begünstigt dabei philanthropisches Engagement (Ströing, 2015, S. 100). Sie wollen selbst (mit)bestimmen, was mit ihrem Geld passiert, statt dem Staat die volle Entscheidungsmacht über die Finanzierung des öffentlichen Lebens zu überlassen. Eine solche Kontrolle ihrer Mittel und eine Umgehung des Staates wird von HNWI teilweise offen in ihren Steuerüberlegungen angestrebt:

I am sure I give away more because it is deductible than if it was not because I am sharing it with Uncle Sam. Instead of a congressman telling me where my dollars are going to go, I am telling them where their dollars can go. (HNWI in Odendahl, 1990, S. 62)

Philanthropie wird damit unter HNWI auch als bevorzugte Alternative zu einer hohen Besteuerung reicher Personen gesehen (Breeze & Lloyd, 2013, S. 80). Dadurch geht jedoch das redistributive Potenzial von Steuergeldern verloren und es besteht die Gefahr, dass lediglich die von HNWI präferierten Bereiche unterstützt und ihre Prioritäten weiter perpetuiert werden (Odendahl, 1990). Dies wird weiters durch progressive Ausgestaltungen von steuerlicher Absetzbarkeit verschärft, durch die Personen höherer Einkommensschichten stärker von ihrer Spendentätigkeit profitieren (Hay & Muller, 2014).

Zusammenfassend spielen steuerliche Anreize im philanthropischem Engagement von HNWI eine fördernde Rolle, indem sie durch eine Reduzierung der damit verbundenen Kosten das Ausmaß von philanthropischem Engagement steigern und HNWI die Möglichkeit bieten können, eigene Bedürfnisse bezüglich Mitbestimmung und Kontrolle erfüllt zu sehen. Sowohl Breeze und Lloyd (2013) als auch Schervish (2005) heben daher die Bedeutung für NPOs und Berater*innen hervor, bestehende steuerliche Anreize deutlich an HNWI als Teil ihres Vermögensmanagements zu kommunizieren und bessere Informationen diesbezüglich bereitzustellen.

4.2.6. Zugang zu Information und Beratung

Daran anschließend kann auch die Verfügbarkeit von sowie das Bewusstsein über derartige relevante Informationen als bestehende Barriere hervorgehoben werden. Nicht immer wissen HNWI ausreichend über philanthropische Strategien oder mit Philanthropie verbundene persönliche (finanzielle) Vorteile ausreichend Bescheid. Bestehende steuerliche Anreize für HNWI im philanthropischen Sektor werden nicht immer oder nicht im vollen Ausmaß genutzt, was auf ein fehlendes Bewusstsein über bestehende Möglichkeiten hindeuten könnte (Breeze & Lloyd, 2013, S. 164). Durch die zunehmende Inanspruchnahme von Vermögens- und Finanzberater*innen könnte sich eine solche Informationslücke schließen und diese Gruppe an Dienstleistern als fördernder Faktor unter HNWI-Klient*innen hervorgehen. Diese sehen es in den letzten Jahren verstärkt als Teil

ihrer Leistung an, HNWI über philanthropische Strategien und mögliche, daraus resultierende Nutzenvorteile zu informieren (Breeze & Lloyd, 2013, S. 171f.). Dadurch wird zunehmend eine Infrastruktur geschaffen, die HNWI auf sie zugeschnittene Informationen beschaffen und so sowohl den Einstieg in Philanthropie erleichtern als auch die Maximierung persönlicher Vorteile sicherstellen kann. Auch kann professionelle Beratung dazu beitragen, die eigene finanzielle Situation wahrheitsgemäß zu erfassen und subjektive Gefühle finanzieller Unsicherheit zu mindern (Schervish & Havens, 2001, S. 102). Ein höheres Level an Information bzw. philanthropischem Wissen korreliert ebenso mit einer höheren Wahrscheinlichkeit des Heranziehens eines philanthropischen Beraters (Osili et al., 2016, S. 29f.).

Vermögensberater*innen aus dem Banken, Beratungs- und Rechtssektor sehen sich selbst vermehrt mit dem Wunsch ihrer HNWI-Klient*innen konfrontiert, Lösungen oder Hilfestellungen für eine strategische Strukturierung ihrer persönlichen philanthropischen Interessen bereitzustellen (Breeze & Lloyd, 2013, S. 178). Grundsätzlich kann hier zwischen zwei Richtungsgeboten unterschieden werden: Während ‚beneficiary-focused‘ Beratungsleistungen darauf ausgerichtet sind, philanthropisches Engagement zielorientiert strategischer und effizienter auszurichten, verdeutlichen ‚donor-focused‘ Berater*innen primär die persönlichen Vorteile für den/die HNWI-Spender*in (Sklair & Glucksberg, 2021, S. 9). Hierbei heben Sklair und Glucksberg (2021) für den philanthropischen Sektor neben einer offensichtlichen Minimierung steuerlicher Abgaben auch vor allem die Rolle von Vermögensberater*innen für das Bewahren und Fortbestehen des Vermögens über mehrere Generationen hinweg hervor (siehe Kapitel 4.1.7). Das Einbeziehen philanthropischer Strategien in das langfristige Vermögensmanagement von HNWI wird dabei auch von Beratungsunternehmen selbst vorangetrieben: „We are bringing it to them proactively, hence the ever-increasing number of clients who respond positively and then want to meet to discuss it“ (HNWI-Berater*in in Breeze & Lloyd, 2013, S. 178).

Noch beziehen HNWI den Großteil ihrer Information über philanthropische Vorgehensweisen aus ihrem eigenen sozialen Netzwerk statt über professionelle Beratungsservices, und heben dabei eine oftmals fehlende Verfügbarkeit von strategisch aufbereiteter Information im Nonprofit-Sektor hervor (Rosqueta et al., 2011). Das starke Wachstum des professionellen Beratungssektors hat somit das Potenzial, als eine Art Intermediär zu agieren und philanthropisches Engagement unter HNWI zu fördern. Noch ist dieses jedoch kaum genutzt: Lediglich 23.1% der befragten HNWI gaben im Jahr 2015 in den USA an, ein/e Berater*in für ihr philanthropisches Engagement in Anspruch genommen zu haben, die meisten davon aus dem Bereich der Steuer-, Finanz- oder Vermögensberatung (Osili et al., 2016, S. 34). Breeze und Lloyd (2013, S. 173) finden im

britischen Kontext ähnliche Ergebnisse: Nur 28% der befragten HNWI gaben 2013 an, derartige Beratungsdienstleistungen für ihr philanthropisches Engagement genutzt zu haben; dieser Prozentsatz steigt jedoch bereits unter der neuen Generation an HNWI-Spender*innen deutlich an.

Während somit ein Mangel an professioneller Information und Beratung eine Barriere für (vor allem strategisches) philanthropisches Engagement darstellt, könnte die zunehmende Inanspruchnahme von Beratungsleistungen aus dem Finanz- und Vermögensmanagement bestehende Wissenslücken füllen und in den kommenden Jahren einen wichtigen fördernden Faktor für HNWI darstellen, die philanthropisch aktiv(er) werden wollen.

5. Diskussion der Ergebnisse

Folgend sollen die wichtigsten Erkenntnisse diskutiert sowie mögliche Limitationen und Implikationen aufgezeigt werden. In der gesichteten Literatur werden vorrangig treibende Faktoren diskutiert, weswegen diese auch in der vorliegenden Arbeit stärker vertreten sind. Diese umfassen individuelle Nutzenvorteile, moralische Motive und finanzielle Überlegungen ebenso wie externe Einflüsse aus dem sozialen und familiären Umfeld und Anreize von Akteuren aus dem dritten und öffentlichen Sektor. Das Beispiel der Wahrnehmung der eigenen finanziellen Sicherheit hat dabei gezeigt, dass diese Motivkategorien nicht immer rein rationalen, sondern sehr subjektiven Überlegungen folgen. Hierbei nimmt Identifikation über mehrere Kategorien hinweg eine wichtige Rolle ein: HNWI identifizieren sich nicht nur mit bestimmten philanthropischen Zwecken und Rezipientengruppen, denen sie aufgrund persönlicher Erfahrungen nahestehen, sondern auch mit einer bestimmten sozialen Klasse und ihrem sozialen Netzwerk, in welchem sie durch eine Anpassung an philanthropische Normen ihre Zugehörigkeit sicherstellen wollen. Ebenfalls prävalent ist in den HNWI-Studien ein Misstrauen gegenüber dem Staat und NPOs in Bezug auf Effizienz und Wirksamkeit.

Wirksamkeit bzw. Wirkung ist dabei auch der am häufigsten aufscheinende Faktor, der gleich mehrere Determinanten durchdringt, etwa das Verhältnis zu NPOs oder die Einstellung gegenüber steuerlichen Abgaben. HNWI wollen aktiv dazu beitragen, einen (messbaren) Unterschied in dem Bereich herbeizuführen, in dem sie philanthropisch aktiv sind. Dieser Wunsch nach der (Mit-)Gestaltung von Strukturen entspricht deutlich dem Konzept von ‚Hyperagency‘ (Schervish, 2008), das HNWI eine Produzentenrolle in philanthropischen Prozessen zuschreibt. Damit verbunden ist auch ein Wunsch nach Kontrolle über ihre Mittel und nach langfristiger aktiver Beteiligung. Oftmals weisen NPOs jedoch nicht die nötigen Strukturen auf, um HNWI diese aktive Einbindung zu ermöglichen

(Breeze & Lloyd, 2013, S. 145). Ein fehlendes Vertrauen in Effizienz und in bestehende Möglichkeiten zur individuellen Wirkungsnahme ist neben Unsicherheit über die eigene finanzielle Situation demnach die bedeutendste Barriere für Philanthropie unter vermögenden Personen. HNWI wollen in ihrem philanthropischen Engagement ihre eigenen Bedürfnisse erfüllt sehen, was vermehrt einer ‚donor-controlled philanthropy‘ (Ostrander, 2007) entspricht, in der sich der Nonprofit-Sektor zunehmend diesen (Kontroll-)Bedürfnissen der Spender*innen anpasst statt jenen der Rezipient*innen. Das führt auch zu dem verstärkten Einsatz von neuen Intermediären (etwa Berater*innen für philanthropische Strategien oder Vermögensmanagement) sowie neuen Instrumenten (etwa DAFs oder LLCs als hybride philanthropische Ausprägungsformen), die die Erfüllung der Bedürfnisse von HNWI sicherstellen sollen (Ostrander, 2007).

Viele der treibenden Determinanten münden demnach in einem Fokus auf philanthropischen Engagement zu Lebzeiten, um etwaige Nutzenvorteile genießen, die Auswirkungen des persönlichen Engagements beobachten und dabei das gewünschte Maß an Kontrolle bewahren zu können. Diese Einstellung wird von Berater*innen im HNWI-Bereich deutlich wahrgenommen: „Clients say that they want to see their money working, whether in business or in their philanthropic endeavours. They are often control freaks and want to keep control of how their money is spent“ (Breeze & Lloyd, 2013, S. 184).

Die hier behandelten Motivkategorien sind nahezu über alle Publikationen hinweg konsistent vertreten, werden jedoch innerhalb dieser teilweise sehr unterschiedlich gruppiert und klassifiziert. Eine solche Ähnlichkeit an Faktoren findet sich dabei sowohl im Zeitverlauf als auch über Ländergrenzen hinweg. Bereits die hier inkludierten Studien aus den 1980er Jahren heben zahlreiche maßgebliche Faktoren hervor, die auch 40 Jahre später noch von HNWI-Individuen in gleicher Weise genannt werden. Auch nationale Unterschiede äußern sich weniger in den Motiven selbst als in dem kulturellem System, in dem HNWI ihre Philanthropie positioniert sehen. Während in den USA individualistische Werte die gesellschaftliche Norm sind, liegt der Fokus in vielen asiatischen Ländern auf kollektivistischen Idealen (Jansons, 2015). In China etwa scheinen daher spirituelle und patriotische Überlegungen in mehr Motivkategorien durch als in westlichen Ländern; auch wird in diesen stärker soziale Einheit betont statt individualistischer Förderung (Gao & Zhang, 2020). Ebenso findet sich in asiatischen Ländern eine geringere Bedeutung steuerlicher Motive (Gao & Zhang, 2020; Godfrey, 2016), oder zumindest eine geringere Bereitschaft, diese öffentlich zu diskutieren.

Die bestehende Konsistenz an Determinanten deutet auf eine gewisse Homogenität in der Gruppe der HNWI hin, obwohl diese zunehmend diverser wird, sowohl geographisch durch

das rapide Wachstum aufstrebender Märkte und ihrer Akteure (Beaverstock & Hay, 2016), als auch demographisch durch den wachsenden Anteil an sehr jungen, self-made HNWI aus verschiedenen Sektoren (Breeze, 2020). Diese neueren HNWI verfolgen oftmals philanthrokapitalistische Ansätze und verorten ihre Philanthropie in einem wirtschaftlichen Kontext. Diese Entwicklung zeigt sich bereits in der Zusammensetzung und dem Aufbau der Studien, in deren Samples Erb*innen (im Vergleich zu HNWI mit unternehmerischem Hintergrund) zunehmend in der Minderzahl sind und der Fokus verstärkt auf unternehmerische Konzepte wie etwa *Entrepreneurial Philanthropy* gelegt wird (Harvey et al., 2021; Maclean et al., 2015; Shaw et al., 2013).

Nur wenige Studien nehmen aber eine bewusste Abgrenzung zwischen ‚neuen‘ und ‚alten‘ Philanthrop*innen vor: Breeze und Lloyd (2013) unterteilen ihr Sample an HNWI etwa in ‚emerging donors‘ und ‚established donors‘, Schmid und Rudich-Cohn (2012) in ‚old‘ und ‚new philanthropists‘ und Harvey et al. (2021) gar explizit in ‚customary‘ und ‚entrepreneurial philanthropists‘. Schmid und Rudich-Cohn (2012) unterscheiden die ‚new philanthropists‘ vor allem durch ihre Reichtumsgenese (self-made durch den Vermögens- und Finanzsektor) und durch ihren unternehmerischen Ansatz in philanthropischen Strategien, nehmen aber in ihren erhobenen Motiven keine Differenzierung zwischen den beiden Gruppen vor. Harvey et al. (2021) nehmen eine ähnliche Kategorisierung ihres Samples anhand philanthropischer Konzepte vor: Während ‚customary philanthropists‘ traditionelle philanthropische Konzepte verfolgen, die auf eine reaktive Minderung von Missständen durch das Spenden an etablierte Institutionen ausgerichtet ist, verfolgen ‚entrepreneurial philanthropists‘ philanthrokapitalistische Ansätze, die proaktiv wirken und Rahmenbedingungen zur langfristigen Transformation schaffen sollen. Auch hier gibt es grundsätzlich ein großes Maß an Überschneidung von Motiven; traditionelle Philanthrop*innen framen ihr Engagement dabei jedoch eher nach emotionalen Motivationen, während unternehmerische Philanthrop*innen ihr Engagement in einem rationalen Rahmen darstellen und offen großflächige Veränderungen anstreben.

Bezüglich Motiven, Einflussfaktoren und begünstigten Zwecken finden Breeze und Lloyd (2013) in ihrer Studie ebenso nur marginale Unterschiede zwischen ihren beiden Gruppen an Philanthrop*innen. Die Gruppe an ‚emerging donors‘ gibt dabei jedoch deutlich stärker an, ihre Spendentätigkeit bewusst strategischer auszurichten und weiterzuentwickeln (Breeze & Lloyd, 2013, S. 119). Auch weisen sie einen stärkeren Fokus auf bewusstes Spenden zu Lebzeiten auf (Breeze & Lloyd, 2013, S. 125), ebenso wie einen Wunsch nach stärkerer Beteiligung (S. 136). Zudem ist die neue Generation an Spender*innen eher bereit, in ihrem philanthropischen Engagement professionelle Beratung heranzuziehen (Breeze & Lloyd, 2013, S. 173f.). Bestehende Trends zur Strategisierung und

Professionalisierung sowie persönlichem Involvement scheinen sich daher im philanthropischen Engagement von HNWI weiter fortzusetzen.

Limitationen der inkludierten Studien ergeben sich dabei hauptsächlich aus den oftmals recht kleinen Sample Sizes, die auch mit der schwierigen Zugänglichkeit zu HNWI in Verbindung stehen (Breeze, 2023). Neben der relativ kleinen Anzahl an Teilnehmer*innen sind diese auch demographisch meist eine relativ homogene Gruppe und dabei in allen Studien überwiegend männlich, älter und höher gebildet. Frauen sind hierbei in allen gesichteten Studien deutlich in der Minderzahl. Ende des 20. Jahrhunderts noch waren die meisten weiblichen HNWI-Spenderinnen allenfalls durch ihr Erbe oder ihren Ehepartner in Philanthropie involviert (Ostrower, 1997); durch die Auflösung von geschlechterspezifischen Barrieren ist jedoch auch ein Anstieg an weiblichen HNWI mit unternehmerischem Hintergrund zu erwarten.

Ein detaillierter Vergleich mit den Determinanten in der Normalbevölkerung wird hierbei in der gesichteten Literatur nicht vorgenommen. Vergleicht man die unter HNWI vertretenen Faktoren jedoch mit jenen der Gesamtbevölkerung (Bekkers & Wiepking, 2011), finden sich ähnliche fördernde Mechanismen, darunter etwa psychologische Nutzensvorteile, Altruismus, Reputation oder Wirkung. Bereits Schervish (2005, S. 59) betont die Ähnlichkeit an philanthropischen Motivationen über das gesamte Vermögens- und Einkommensspektrum hinweg. Auch Breeze (2023) hebt Gemeinsamkeiten zwischen vermögenden und ‚normalen‘ Spender*innen hervor, darunter etwa die Bedeutung persönlicher Interessen sowie eigener Lebenserfahrungen, die Rolle von Netzwerken und sozialen Kontakten, oder der Wunsch nach effizienter Verwendung der Spende. Motive, die hingegen (größtenteils) HNWI vorbehalten sind, sind etwa (das Bewusstsein um) ihre Einflussnahme, *noblesse oblige* Einstellungen, Erbschaftsüberlegungen und die Rolle einer Legitimierung ihres Reichtums. Die Besonderheit bei HNWI liegt dabei auch in der extremeren Ausprägung durch ihre Fähigkeit, den gemeinnützigen Sektor nach ihren Bedürfnissen zu formen.

Auch können sich Limitationen durch die Problematik der sozialen Erwünschtheit in den Aussagen und Antworten der HNWI ergeben. HNWI streben (vor allem wenn sie im öffentlichen Leben präsent sind) ein positives Image ihrer Aktivitäten und der dahinterstehenden Motivationen an. Falls vorhanden, werden daher oft sekundäre Daten oder zusätzliche Stakeholder herangezogen, um die Statements der HNWI bestmöglich verorten und verifizieren zu können (Breeze, 2023). Während etwa persönliche psychologische Nutzensvorteile in den HNWI-Studien noch recht häufig und offen erwähnt werden, werden steuerliche Motive meist nicht explizit als Motivator genannt. Stattdessen

werden gemeinnützige Narrative, die an Empathie, Dankbarkeit oder Verantwortung ansetzen, betont. Ebenso beschäftigen sich viele Studien explizit nur mit fördernden Faktoren, während Barrieren für philanthropisches Engagement nur unzureichend angesprochen werden, und HNWI, die gar nicht philanthropisch aktiv sind, kaum bis gar nicht erfasst werden.

Nur wenige Publikationen versuchen dabei, die Determinanten ausdrücklich in eigen- und gemeinnützige Kategorien einzuteilen. Gao und Zhang (2020) etwa nehmen eine Unterscheidung in „public good motives“ und „self-interest motives“ vor, wobei sie zu den Letzteren etwa finanzielle (steuerliche) Motive, berufliche Nutzenvorteile, Reputations-Überlegungen, aber auch Dankbarkeitsmotive zählen. Ströing (2015) wiederum nimmt eine Kategorisierung in altruistische und egoistische/selbstbezogene Motive vor und ordnet aus Dankbarkeit resultierende Verantwortung in die altruistische Kategorie ein. Eine klare Abgrenzung zwischen Eigen- und Gemeinnutz kann meist nicht vorgenommen werden; auch, weil meist ein Zusammenwirken mehrerer Motivkategorien stattfindet (Ströing, 2015, S. 145). Daher wurde auch in dieser Arbeit bewusst auf eine solche Unterscheidung verzichtet.

Darüber hinaus befassen sich auch nur wenige Studien ausdrücklich mit dem Framing von HNWI-Philanthropie bzw. mit den Narrativen, die HNWI bewusst nach außen tragen. Schmitz et al. (2021) etwa arbeiten in diesem Rahmen am Beispiel der Giving Pledge Erklärungen zwei Narrative heraus: Während die ‚social-normative rationale‘ Philanthropie im Rahmen gemeinnütziger Motive wie etwa Verantwortung und Dankbarkeit beschreibt, betont die ‚personal-consequentialist rationale‘ die persönlichen Konsequenzen für das spendende Individuum, wie etwa Auswirkungen auf Erb*innen oder persönliche Nutzenvorteile. Die Giving Pledge Letters müssen dabei immer selbst als soziales Produkt gesehen werden, das der Öffentlichkeit ein gewisses Narrativ vermitteln und die für HNWI präsenten Normen erfüllen soll. Öffentliche Narrative sollten daher nicht unreflektiert übernommen werden, ohne dahinterstehende Intentionen zu hinterfragen. In diesem Kontext wird auch vor einer ‚Romantisierung‘ von Philanthropie durch einen Fokus auf altruistische Motive gewarnt (Phillips & Jung, 2016, S. 9). Im öffentlichen Diskurs dominiert die sozial-normative Logik, in der systematische Ungleichheiten und Kritik am bestehenden System jedoch kaum anerkannt werden (Schmitz et al., 2021). Durch den Aufstieg von Philanthrokapitalismus (McGoey, 2012, S. 197) und dem gesellschaftlichen Trend hin zu Individualismus (Ströing, 2014, S. 169) werden jedoch auch selbstbezogene Motive in philanthropischem Handeln immer deutlicher betont.

Damit verbunden ist auch die Debatte, ob HNW-Philanthropie nun einer tatsächlichen Redistribution von Mitteln oder lediglich einer Reproduktion von Privilegien dient. Dieser Konflikt wird von Studienautor*innen teilweise explizit hervorgehoben, besonders deutlich etwa von Odendahl (1990), die in HNW-Philanthropie überwiegend eine Finanzierung privater Interessen statt öffentlicher bzw. gemeinnütziger Bedürfnisse sieht; oder von Shaw et al. (2013), die die Rolle von Philanthropie in der Reproduktion von finanziellem, sozialem, kulturellem und symbolischem Kapital aufzeigen. Die Ergebnisse der Literaturrecherche zeigen, dass im philanthropischen Engagement von HNWI oftmals eigene Bedürfnisse eher im Fokus stehen als eine angestrebte Umverteilung von Ressourcen. Auch Ungleichheiten werden von HNW-Individuen oftmals vorrangig in dem Rahmen diskutiert, in dem sie die soziale Ordnung (und damit die Position von HNWI) gefährden oder negative Gefühle hervorrufen. Eine Hinterfragung des Systems und der Legitimation einer Vermögensakkumulation bleibt dabei aber meist aus (Schmitz & McCollim, 2021).

Proponenten von HNW-Philanthropie hingegen heben ihre Bedeutung für Pluralismus und Innovation hervor, und sind für ein geringeres Maß an staatlicher Regulierung in diesem Sektor (Goss, 2016). Private Interessen stehen hierbei gemeinnützigen Motiven gegenüber und münden in einem Spannungsfeld, in dem entweder die persönlichen Bedürfnisse der HNWI erfüllt werden können, um philanthropische Mittel zu generieren, oder ihre Kontrolle und Einflussnahme eingeschränkt und damit womöglich ein Spendenrückgang in Kauf genommen wird. Für den staatlichen Sektor gilt es daher, geeignete Governance-Strukturen zu finden, um statt einer Substitution öffentlicher Leistungen durch vermögende Privatpersonen kooperative Wege der Bereitstellung zu finden. Ebenso müssen bestehende Institutionen im Nonprofit-Sektor einen Weg finden, ihre Reputation bezüglich effizienter Arbeitsweisen zu stärken und auf die aktiven Engagementbedürfnisse von HNWI einzugehen, um nicht durch die Gründung eigener Initiativen als Intermediäre im philanthropischen Prozess ausgeschlossen zu werden. Auch hier muss jedoch abgewogen werden, in welchem Ausmaß auf die Anforderungen vieler HNWI nach Kontrolle und Operationalisierung eingegangen werden kann und soll.

6. Conclusio

Das Ziel dieser Arbeit war es, die fördernden und hemmenden Determinanten zu identifizieren, die gemäß der bestehenden Literatur Einfluss auf das philanthropische Engagement von HNW-Individuen nehmen. Dieses nimmt aufgrund dem wachsenden Ausmaß an sozioökonomischen Ungleichheiten sowie dem rapiden Wachstum der Gruppe an HNWI (und ihrer Ressourcen) stetig an Bedeutung zu. Zur Beantwortung der Forschungsfragen wurde mithilfe der qualitativen Literaturrecherche zunächst eine

kontextuelle Verortung des modernen Philanthropieverständnisses, bestehender Ausprägungsformen sowie der Wirkungspotenziale und Problemfelder vorgenommen. Mithilfe einer Literaturreview wurden schließlich relevante Determinanten aus der berücksichtigten Literatur identifiziert und im Rahmen des Hauptbestandteils der Arbeit der gegenwärtige Stand der Forschung aufgezeigt, wobei hierbei eine Differenzierung in persönliche (vom Individuum ausgehende) und situative (auf das Individuum einwirkende) Kategorien vorgenommen wurde. Hierbei konnte über die inkludierten Publikationen hinweg (ebenso wie zeitlich und geographisch) eine deutliche Konsistenz an Einflussfaktoren erkannt werden, wobei diese jedoch in der bestehenden Literatur nicht einheitlich kategorisiert werden.

Weiters wurden ausschließlich Publikation in die Literaturanalyse miteinbezogen, die einen empirischen Ansatz aufweisen. Selbstaussagen von HNWI-Individuen (etwa im Rahmen von qualitativen Interviews, quantitativen Befragungen oder sekundären Analysen öffentlich verfügbarer Statements) sind hierbei ein bedeutendes Mittel, um ein besseres Verständnis dieser exklusiven Gruppe zu erlangen, jedoch müssen diese immer auch einer Reflexion unterzogen werden, um bestimmte Narrative aufzudecken, die gezielt für den öffentlichen Diskurs bestimmt sind. Aufgrund der gewählten Ansätze der inkludierten Publikationen weist auch diese Arbeit einen gewissen Fokus auf Selbstaussagen von HNWI auf; diese wurden jedoch kritisch betrachtet und in einem breiteren gesellschaftlichen Kontext verortet.

Im Rahmen dieser Arbeit konnten als persönliche Determinanten prosoziale Motive, psychologische und soziale Nutzenvorteile, das Empfinden finanzieller Sicherheit, ein Verantwortungs- und Pflichtbewusstsein, ein Wunsch nach Konfliktvermeidung, Erbschaftsüberlegungen sowie ein Wunsch nach (messbarer) Wirkung und Einflussnahme identifiziert werden. Als situative Determinanten konnten die Art der Vermögenserlangung, der Sozialisierungsprozess, soziale Netzwerke und Normen, die Reputation von NPOs, steuerliche Anreize und die Verfügbarkeit relevanter Information festgestellt werden.

Aus den Ergebnissen der Arbeit wird ersichtlich, dass die einflussnehmenden Determinanten vielfältig sind und weder klar in Eigen- noch Gemeinnutz eingeteilt werden können. Stattdessen sind vielfach mehrere Motive gleichzeitig aktiv, die sich auch gegenseitig bedingen. So können situative Faktoren bzw. externe Einflüsse das Entstehen persönlicher Motive fördern; etwa kann frühe Sozialisierung sensibilisieren, Distanz zwischen verschiedenen sozialen Klassen verringern und Empathie begünstigen. Auch kann etwa die Art der Vermögenserlangung Einfluss auf die Ansichten über den eigenen Erfolg haben und eine solche empathische Identifikation und Dankbarkeit fördern. Soziale Normen wiederum sind oftmals mit einem Pflichtbewusstsein verbunden, das im Rahmen

sozialer Zugehörigkeit erfüllt wird. Grundsätzlich wirken die identifizierten Determinanten damit auf drei Ebenen: der psychischen, der sozialen und der materiellen. Auch hier kann jedoch in einigen Fällen keine klare Abtrennung vorgenommen werden: So wirken steuerliche Anreize etwa nicht nur auf der materiellen Ebene, sondern erlauben es HNWI auch, persönliche Bedürfnisse nach Kontrolle auszuleben. Auch bei dem Faktor der finanziellen Sicherheit geht es neben der tatsächlichen Verfügbarkeit materieller Ressourcen verstärkt um die subjektive Wahrnehmung dieser, die nicht immer rationalen Überlegungen folgt.

Am bedeutendsten jedoch tritt in mehreren Motiven der Wunsch nach Kontrolle und Beteiligung hervor. Dieser durchdringt sowohl steuerliche Überlegungen, Nachfolgeplanungen, die Forderung nach Effizienz, Versuche öffentlicher Einflussnahme als auch die Beziehung zu NPOs. HNWI wollen demnach den Einsatz ihrer Mittel entlang des philanthropischen Prozesses selbst bestimmen und auch über die Gabe finanzieller Mittel hinaus involviert sein. Sie schreiben sich selbst oftmals ein größeres Wirkungspotenzial zu als staatlichen oder gemeinnützigen Akteuren. Ebenso ist in ihrer Herangehensweise an Engagement deutlich ein philanthrokapitalistischer Einfluss zu erkennen, gemäß dem viele HNWI in ihrem philanthropischen Handeln auf privatwirtschaftliche Expertise und Methoden zurückgreifen. Will man das Potenzial steigender Vermögen für den philanthropischen Bereich ausnutzen, gilt es, diese Bedürfnisse von HNWI zu verstehen und entsprechend auf diese einzugehen. In diesem Rahmen könnten zukünftig auch zunehmend auf Philanthropie spezialisierte Vermögensberater*innen eine bedeutende Rolle spielen.

Zusätzlich zur bearbeiteten Forschungsfrage wurde im Rahmen der Arbeit ebenso ersichtlich, dass HNWI-Philanthropie auch gewisse demokratische und gesamtgesellschaftliche Problemfelder aufwerfen kann, wenn die Legitimation der eigenen Position und das Ausüben damit verbundener Privilegien in den Mittelpunkt rückt. Das aufgezeigte Spannungsfeld legt demnach nahe, dass das proklamierte goldene Zeitalter der Philanthropie auch kritisch betrachtet werden muss, vor allem, wenn Motive wie jenes der Einflussnahme an Bedeutung gewinnen und die Bedürfnisse der Spendenden über jene der Rezipienten gestellt werden. In diesem Rahmen ist auch eine Betrachtung von Philanthropie als Alternative zu einer (höheren) Besteuerung vermögender Personen kritisch zu sehen, wenn ein umverteilendes Potenzial gewahrt werden soll.

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Primäre Suchbegriffe.....	12
Tabelle 2: Übersicht der verwendeten Literatur	15
Tabelle 3: Studien mit gesetztem Fokus	18

Literaturverzeichnis

- Adloff, F. (2016). Approaching philanthropy from a social theory perspective. In T. Jung, S. D. Phillips, & J. Harrow (Hrsg.), *The Routledge Companion to Philanthropy*. (S. 56-70). London/New York: Routledge Taylor & Francis Group. doi:org/10.4324/9781315740324.
- Andreoni, J., & Smith, S. (2021). Economics of Philanthropic Tax Incentives. In G. Lideikyte Huber, & H. Peter (Hrsg.), *The Routledge Handbook of Taxation and Philanthropy* (S. 159-177). London/New York: Routledge Taylor & Francis Group. doi:org/10.4324/9781003139201.
- Beaverstock, J. V., & Hay, I. (2016). They've 'never had it so good': the rise and rise of the super-rich and wealth inequality. In I. Hay, & J. V. Beaverstock (Hrsg.), *Handbook on Wealth and the Super-Rich*. (S. 1-17). Edward Elgar Publishing.
- Bekkers, R., & Wiepking, P. (2011). A Literature Review of Empirical Studies of Philanthropy: Eight Mechanisms that Drive Charitable Giving. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 40(5), 924-973. doi:10.1177/0899764010380927.
- Bishop, M., & Green, M. (2008). *Philanthrocapitalism: How the Rich Can Save the World*. New York: Bloomsbury Press.
- Breeze, B. (2020). Individual Giving and Philanthropy. In H. K. Anheier, & S. Toepler (Hrsg.), *The Routledge Companion to Nonprofit Management*. (S. 391-405). Milton: Taylor and Francis. doi:10.4324/9781315181011.
- Breeze, B. (2023). Interviewing Elite Donors: Gaining Access, Developing Rapport and Dealing with the Dazzle. *Voluntas*, 34(1), 154-161. doi:10.1007/s11266-021-00390-2.
- Breeze, B., & Lloyd, T. (2013). *Richer Lives: Why Rich People Give*. London: Directory of Social Change.
- Callahan, D. (2017). *The Givers: Wealth, Power and Philanthropy in a New Gilded Age*. New York: Alfred A. Knopf.
- Capgemini. (2020). *World Wealth Report 2020*. Abgerufen am 10. April 2023 von <https://www.capgemini.com/nl-nl/wp-content/uploads/sites/7/2020/07/World-Wealth-Report-WWR-2020.pdf>
- Capgemini. (2022). *World Wealth Report 2022 - Key Highlights*. Abgerufen am 10. April 2023 von <https://worldwealthreport.com/key-highlights.html>.

- Cermak, D. S., File, K. M., & Prince, R. A. (1994). A Benefit Segmentation of the Major Donor Market. *Journal of Business Research*, 29(2), 121-130. doi:10.1016/0148-2963(94)90016-7.
- Coupe, T., & Monteiro, C. (2016). The Charity of the Extremely Wealthy. *Economic Inquiry*, 54(2), 751-761. doi:10.1111/ecin.12311.
- Frumkin, P. (2006). *Strategic Giving: The Art and Science of Philanthropy*. The University of Chicago Press.
- Gao, J., & Zhang, P. (2020). Charitable Donation Motives of Wealthy Chinese - A Content Analysis Based on 66 Chinese Philanthropists. *Cultural and Religious Studies*, 8(8), 473-491. doi:10.17265/2328-2177/2020.08.004
- Giving Pledge. (2023). *About The Giving Pledge*. Abgerufen am 10. April 2023 von The Giving Pledge: <https://givingpledge.org/about>
- Godfrey, J. (2016). Engaging HNWI Indians. *Journal of Development Policy and Practice*, 1(1), 89-113. doi:10.1177/2455133315612340.
- Goss, K. (2016). Policy Plutocrats: How America's Wealthy Seek to Influence Governance. *Political Science & Politics*, 49(3), 442-448. doi:10.1017/S1049096516000676.
- Haibach, M., & Uekermann, J. (2017). *Großspenden-Fundraising - Wege zu mehr Philanthropie. Grundlagen, Strategien und praktische Umsetzung*. Dresden: Fundraiser-Magazin.
- Harvey, C., Gordon, J., & Maclean, M. (2021). The Ethics of Entrepreneurial Philanthropy. *Journal of Business Ethics*, 171(1), 33-49. doi:10.1007/s10551-020-04468-7.
- Harvey, C., Maclean, M., Gordon, J., & Shaw, E. (2011). Andrew Carnegie and the foundations of contemporary entrepreneurial philanthropy. *Business History*, 53(3), 425-450. doi:10.1080/00076791.2011.565516.
- Havens, J. J., & Schervish, P. G. (2014). *A golden age of philanthropy still beckons: National wealth transfer and potential for philanthropy*. Center on Wealth and Philanthropy. Boston College. Abgerufen am 24. März 2023 von <http://hdl.handle.net/2345/bc-ir:104106>.
- Havens, J. J., O'Herlihy, M. A., & Schervish, P. G. (2006). Charitable Giving: How Much, by Whom, to What, and How? In W. W. Powell, & R. Steinberg (Hrsg.), *The Nonprofit Sector: A Research Handbook*. (S. 542-567). New Haven: Yale University Press.
- Hay, I., & Muller, S. (2014). Questioning generosity in the golden age of philanthropy. *Progress in Human Geography*, 38(5), 635-653. doi:10.1177/0309132513500893.
- Helmig, B., & Boenigk, S. (2020). *Nonprofit Management* (2. Ausg.). München: Verlag Franz Vahlen.
- Horvath, A., & Powell, W. W. (2020). Seeing Like a Philanthropist. From the Business of Benevolence to the Benevolence of Business. In W. W. Powell, & P. Bromley (Hrsg.), *The Nonprofit Sector: A Research Handbook* (S. 81-122). Stanford University Press.

- Jansons, E. (2015). The Business Leaders Behind the Foundations: Understanding India's Emerging Philanthropists. *Voluntas*, 26(3), S. 984-1006. doi:10.1007/s11266-014-9470-1.
- Maclean, M., Harvey, C., Gordon, J., & Shaw, E. (2015). Identity, Storytelling and the Philanthropic Journey. *Human Relations*, 68(10), 1623-1652. doi:10.1177/0018726714564199.
- Maclean, M., Harvey, C., Yang, R., & Mueller, F. (2021). Elite philanthropy in the United States and United Kingdom in the new age of inequalities. *International Journal of Management Reviews*, 23(3), 330-352. doi:10.1111/ijmr.12247.
- Madden, K. (2006). Giving and Identity: Why affluent Australians give - or don't - to community causes. *Australian Journal of Social Issues*, 41(1), 453-476. doi:10.1002/j.1839-4655.2006.tb00030.x
- McGoey, L. (2012). Philanthrocapitalism and its critics. *Poetics*, 40(2), 185-199. doi:10.1016/j.poetic.2012.02.006.
- Neumayr, M. (2022). Spenden und Philanthropie. In M. Meyer, S. Ruth, & C. Badelt (Hrsg.), *Handbuch der Non-Profit Organisation: Strukturen und Management* (S. 529-546). Freiburg: Schäffer-Poeschel Verlag für Wirtschaft Steuern Recht GmbH.
- Odendahl, T. (1990). *Charity begins at home: Generosity and self-interest among the philanthropic elite*. New York: Basic Books.
- Osili, U., Clark, C., St.Claire, M., & Bergdoll, J. (2016). *The 2016 U.S. Trust Study of High Net Worth Philanthropy: Charitable Practices and Preferences of Wealthy Households*. Indiana University, Lilly Family School of Philanthropy. Abgerufen am 3. April 2023 von <https://hdl.handle.net/1805/11234>.
- Ostrander, S. A. (2007). The Growth of Donor Control: Revisiting the Social Relations of Philanthropy. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 36(2), 356-372. doi:10.1177/0899764007300386.
- Ostrower, F. (1997). *Why the Wealthy Give: The Culture of Elite Philanthropy*. Princeton, New Jersey: Princeton University Press.
- Page, B. I., Bartels, L. M., & Seawright, J. (2013). Democracy and the policy preferences of wealthy Americans. *Perspectives on Politics*, 11(1), 51-73.
- Phillips, S. D., & Jung, T. (2016). A New 'New' Philanthropy: From Impetus to Impact. In T. Jung, S. D. Phillips, & J. Harrow (Hrsg.), *The Routledge Companion to Philanthropy*. (S. 5-34). London/New York: Routledge Taylor & Francis Group. doi:org/10.4324/9781315740324.
- Reckhow, S. (2020). Politics, Philanthropy and Inequality. In W. W. Powell, & P. Bromley (Hrsg.), *The Nonprofit Sector: A Research Handbook*. (S. 208-226). Stanford University Press.
- Reich, R. (2016). Repugnant to the whole idea of democracy? On the role of foundations in democratic societies. *PS: Political Science & Politics*, 49(3), 446-472.

- Ridley, D. (2012). *The Literature Review. A Step-by-Step Guide for Students*. (2nd ed.). London: SAGE Publications.
- Rogers, R. (2011). Why Philanthro-Policymaking Matters. *Society*, 48(5), 376-381. doi:doi:10.1007/s12115-011-9456-1.
- Rosqueta, K. M., Noonan, K., & Shark, M. (2011). I'm Not Rockefeller: Implications for Major Foundations Seeking to Engage Ultra-High-Net-Worth Donors. *The Foundation Review*, 3(4), 96-109. doi:10.4087/FOUNDATIONREVIEW-D-10-00020.
- Sadeh, J., Tonin, M., & Vlassopoulos, M. (2017). Why Give Away Your Wealth? An Analysis of the Billionaire's View. In J. Costa-Font, & M. Macis (Hrsg.), *Social Economics: Current and Emerging Avenues*. (S. 61-78). The MIT Press. doi.org/10.7551/mitpress/10802.003.0003.
- Saunders-Hastings, E. (2018). Plutocratic Philanthropy. *The Journal of Politics*, 80(1), 149-161. doi:10.1086/694103.
- Schervish, P. G. (1992). Adoption and Altruism: Those with Whom I Want to Share A Dream. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 21(4), 327-350. doi:10.1177/089976409202100402.
- Schervish, P. G. (2005). Major donors, major motives: the people and purposes behind major gifts. *New Directions for Philanthropic Fundraising*, 2005(47), 59-87. doi:10.1002/pf.95.
- Schervish, P. G. (2008). Why the wealthy give: Factors which mobilize philanthropy among high-net-worth individuals. In A. Sargeant, & W. W. Wymer (Hrsg.), *The Routledge Companion to Nonprofit Marketing*. (S. 173-190). London/New York: Routledge Taylor and Francis Group.
- Schervish, P. G. (2014). High-tech donors and their impact philanthropy: the conventional, novel and strategic traits of agent-animating wealth and philanthropy. In M. L. Taylor, R. J. Strom, & D. O. Renz (Hrsg.), *Handbook of Research on Entrepreneur's Engagement in Philanthropy* (S. 148-182). UK: Edward Elgar Publishing. doi:10.4337/9781783471010.00016
- Schervish, P. G., & Havens, J. J. (1997). Social participation and charitable giving: a multivariate analysis. *Voluntas*, 235-360. doi:10.1007/BF02354199.
- Schervish, P. G., & Havens, J. J. (2001). The mind of the millionaire: Findings from a National Survey on Wealth with Responsibility. *New Directions for Philanthropic Fundraising*, 2001(32), 75-108. doi:10.1002/pf.3205.
- Schervish, P. G., & Herman, A. (1988). *Empowerment and Beneficence: Strategies of Living and Giving among the Wealthy*. Social Welfare Regional Research Institute, Center on Wealth and Philanthropy. Boston College. Abgerufen am 9. März 2023 von <http://hdl.handle.net/2345/bc-ir:104103>.
- Schervish, P. G., O'Herlihy, M. A., & Havens, J. J. (2001). *Agent-animating wealth and philanthropy: The dynamics of accumulation and allocation among high-tech donors. Final Report of the*

- 2001 High Tech Donors Study*. Boston College, Social Welfare Research Institute. Abgerufen am 30. März 2023 von <http://hdl.handle.net/2345/bc-ir:104109>.
- Schmid, H., & Rudich-Cohn, A. (2012). Elite philanthropy in Israel. *Society*, *49*, 175-181. doi:10.1007/s12115-011-9523-7.
- Schmid, H., Nissim, H. S., & Nirel, R. (2020). Intergenerational Transmission of Charitable Giving among Wealthy Israeli Donors. *Society*, *57*(1), 59-70. doi:10.1007/s12115-019-00441-x.
- Schmitz, H. P., & McCollim, E. M. (2021). Billionaires in Global Philanthropy: A Decade of the Giving Pledge. *Society*, *58*(2), 120-130. doi:org/10.1007/s12115-021-00580-0.
- Schmitz, H. P., Mitchell, G. E., & McCollim, E. M. (2021). How Billionaires Explain Their Philanthropy: A Mixed-Method Analysis of the Giving Pledge Letters. *Voluntas*, *32*(2), 512-523. doi:10.1007/s11266-021-00338-6.
- Shaw, E., Gordon, J., Harvey, C., & Maclean, M. (2013). Exploring contemporary entrepreneurial philanthropy. *International Small Business Journal*, *31*(5), 580-599. doi:10.1177/0266242611429164.
- Shimoni, B. (2017). Mega Donors' Perspectives on Philanthropy and Government Relations in Israel. *Society*, *54*(3), 261-271. doi:10.1007/s12115-017-0133-x.
- Sklair, J., & Glucksberg, L. (2021). Philanthrocapitalism as wealth management strategy: Philanthropy, inheritance and succession planning among the global elite. *The Sociological Review*, *69*(2), 314-329. doi:10.1177/0038026120963479.
- Ströing, M. (2014). Über die Philanthropie unter den Reichen. In W. Lauterbach, M. Hartmann, & M. Ströing (Hrsg.), *Reichtum, Philanthropie und Zivilgesellschaft* (S. 153-180). Wiesbaden: Springer VS. doi:org/10.1007/978-3-658-06013-8_8.
- Ströing, M. (2015). *Reichtum und gesellschaftliches Engagement in Deutschland: empirische Analyse der Determinanten philanthropischen Handelns reicher Personen*. Springer Verlag.
- Sulek, M. (2010). On the Modern Meaning of Philanthropy. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, *39*(2), 193-212. doi:10.1177/0899764009333052.
- Wiepking, P., & Breeze, B. (2012). Feeling poor, acting stingy: the effect of money perceptions on charitable giving. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, *17*(1), 13-24. doi:10.1002/nvsm.415.
- Worth, M. J., Pandey, S., Pandey, S. K., & Qadummi, S. (2020). Understanding Motivations of Mega-Gift Donors to Higher Education: A Qualitative Study. *Public Administration Review*, *80*(2), 281-293. doi:10.1111/puar.13139.