

Stiftungsvermögen

Alles im grauen Bereich? Der Stiftungsmarkt im Visier dubioser Finanzberater

von RA Stefan Winheller, FA StR, LL.M. Tax (USA), WINHELLER
Rechtsanwalts-gesellschaft mbH, Frankfurt a.M., www.winheller.com

Stiftungen in Deutschland verfügen über nicht unwesentliche Vermögenswerte. Das gesamte Stiftungsvermögen beläuft sich Schätzungen zufolge auf über 100 Mrd. EUR. Früher oder später mussten Stiftungen daher in das Blickfeld von unseriösen Verkäufern von Finanzprodukten geraten.

Grauer Markt auf dem Vormarsch

Tatsächlich häufen sich in letzter Zeit die Hinweise auf einen alarmierenden Trend: Sowohl in unserer Kanzlei als auch in Kollegenkreisen mehren sich Fälle, in denen Mandanten ernüchert, ge- und enttäuscht von Finanzberatern berichten, die ihnen zu unausgegorenen, teils hochriskanten, mit Finanzprodukten kombinierten Stiftungsmodellen geraten haben. Es scheint, als sei der Graue Kapitalmarkt auf dem besten Weg, das Stiftungswesen in Beschlag zu nehmen. Um in den Genuss satter Provisionen zu kommen, verkaufen die Berater nichtsahnenden Kunden gemeinnützige Stiftungen wie Finanzprodukte von der Stange.

Stiftungsmarkt als Provisionsparadies

Nicht selten holt erst das Finanzamt die euphorischen Anleger auf den Boden der Tatsachen zurück – in der Regel zu spät für alle Beteiligten, für die Stiftung und die Zustifter bzw. Anleger. Diese Entwicklung ist Grund zur Sorge – schließlich steht nichts weniger als der gute Ruf des deutschen Stiftungswesens auf dem Spiel. Das ist Anlass genug, besagtes Treiben einmal genauer unter die Lupe zu nehmen.

Vor allem Treuhandstiftungen betroffen

Als Einfallstor zum lukrativen Stiftungsmarkt hat sich besonders die Treuhandstiftung erwiesen. Sie eignet sich gleich aus mehreren Gründen ideal zum massenhaften Vertrieb von Stiftungen an sich sowie sie scheinbar ideal ergänzender Finanzprodukte: Wo keine Stiftungsaufsicht zugegen ist, droht dem Berater kein Ungemach von dieser und kein Anerkennungsverfahren, das wertvolle Zeit kostet und obendrein eine intensive Beratung erfordert.

Vertriebschance Treuhandstiftung

Ein weiterer Vorzug ist das breitere Zielpublikum: Eine Treuhandstiftung lässt sich bereits mit deutlich geringeren Beträgen gründen, als sie für eine rechtsfähige Stiftung erforderlich sind. Das wiederum leistet dem Verkauf des „Produkts Stiftung“ als Massenware Vorschub. Die Provision des Verkäufers bemisst sich dabei typischerweise nach der Höhe der Vermögensbeträge, die in die Stiftung fließen – auch viele kleine Stiftungen können sich für den Berater also lohnen.

Einige besonders wagemutige Vertreter der Beraterriege scheuen auch nicht davor zurück, zunächst eine oder mehrere rechtsfähige Stiftungen zu errichten und dann die Kunden als Zustifter der bereits gegründeten und – jedenfalls vorläufig – als gemeinnützig anerkannten Stiftungen zu werben. Der Vorteil dieser Variante: Der Verkäufer kann dem Interessenten eine offizielle Anerkennungsurkunde der zuständigen Stiftungsbehörde vorlegen. So wiegt er den Kunden oft in trügerischer Sicherheit.

Zustiftungsmodell

Nur Schein, kein Sein

Was der freundliche Berater in Aussicht stellt, klingt in der Tat verheißungsvoll: Der künftige Stifter soll in den Genuss des Sonderausgabenabzugs nach § 10b EStG kommen und von „seiner“ Stiftung ein günstig verzinstes und in der Regel laufzeitflexibles Darlehen erhalten – häufig bedient aus dem von ihm selbst (zu)gestifteten Vermögen. Die Darlehenssumme zuzüglich der erzielten Steuerersparnisse investiert der Stifter auf Anraten seines Beraters in ein weiteres, meist hoch verprovisioniertes und entsprechend riskantes Finanzprodukt des grauen Kapitalmarkts, dessen Zinseinkünfte die Schuldzinsen für das Darlehen übersteigen sollen. Sofern überhaupt eine marktübliche Absicherung der Darlehensschuld verlangt wird, wie es § 55 Abs. 1 Nr. 1 und 3, Abs. 3 AO vorsieht, wird eine solche meist unbürokratisch über eine Verpfändung der Ansprüche des Anlegers aus seinem Finanzprodukt dargestellt. Der Stifter glaubt, er habe so eine sichere, größtenteils steuerfinanzierte Anlage – häufig zum Zwecke der Altersvorsorge – erworben. Und als Bonus obendrauf gibt es noch gesellschaftliche Anerkennung für seine wohlthätigen Verdienste.

Stiftungs- Wunderland

Dass ein solches Zinsdifferenzgeschäft hochspekulativ und entsprechend riskant ist, durchschaut der Kunde zumeist nicht – oder er verschließt bewusst die Augen vor der Tatsache, dass sich das Angebot des Beraters zu gut anhört, um wahr zu sein. Die Zinsraten für das ihm gewährte Darlehen sind jedenfalls in der Regel attraktiv und das alternative Finanzprodukt, hinter dem sich – wegen der hohen Provisionen – meist eine Beteiligung an einem geschlossenen Fonds verbirgt, wird seitens des Beraters als sicher und seriös beworben. Und auch, dass es mit dem Steuersparen nicht allzu weit her ist, erfährt der Stifter meist zu spät – zu einem Zeitpunkt, zu dem der Verkäufer seine Provision schon längst eingestrichen hat. Tatsächlich geht es der Stiftung in der Folge fast immer aus zweierlei Gründen an den Kragen bzw. an die Gemeinnützigkeit:

Beteiligung an geschlossenen Fonds wird gut verschleiert

- Zum einen verstößt sie gegen den Grundsatz der Selbstlosigkeit (§ 55 AO), wenn sie z.B. zu marktunüblichen Zinskonditionen Darlehen gewährt oder auf eine Besicherung des Darlehens verzichtet oder aber das Gesamtkonstrukt zu offensichtlich nicht dazu dient, gemeinnützige Zwecke zu verfolgen, sondern die Gier des Beraters nach Provisionen – sowohl im Zusammenhang mit der Stiftungsgründung als auch mit dem Verkauf des zusätzlichen Finanzprodukts – zu befriedigen. Ein Zuviel an Kreditvergabe kann nach dem Gesamtbild der Verhältnisse außerdem einen steuerpflichtigen wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb begründen und im schlechtesten Fall schon deswegen die Gemeinnüt-

Verstoß gegen die Selbstlosigkeit

zigkeit der Stiftung insgesamt gefährden, gemäß AEAO zu § 61 Nr. 8 und der aktuellen Rechtsprechung des BFH 2.10.10, I R 59/09, Abruf-Nr. 102919 möglicherweise sogar rückwirkend für die letzten 10 Jahre.

- Nicht weniger scharf schneidet das Schwert des Kreditwesengesetzes (KWG): Das KWG verlangt für die gewerbliche Darlehensvergabe – das gilt zumindest für klassische Gelddarlehen – eine ausdrückliche Erlaubnis der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin). Liegt sie nicht vor, macht sich der Vorstand gemäß § 54 Abs. 1 Nr. 2 i.V. mit § 32 und § 1 Abs. 1 Nr. 2 KWG strafbar. Auch die Gemeinnützigkeit der Stiftung ist dann angesichts der Rechtsverstöße passé. Und die Gewerblichkeit der Darlehensvergabe, d.h. die mit Gewinnerzielungsabsicht ausgeübte Kreditgewährung für eine gewisse Dauer, ist in den typischen steuerlich motivierten Stiftungsmodellen schnell erreicht. Die Modelle leben davon, Stifter zu werben und ihnen sogleich ein Darlehen für eine Investition in ein Finanzprodukt auszukehren. Nichts anderes ist Sinn und Zweck dieser Modelle. Den „gewerblichen Gesamtplan“ durchkreuzt auch nicht die Tatsache, dass der Stifter gegebenenfalls nur unter der Auflage der Darlehensgewährung stiftet.

Verstoß gegen das Kreditwesengesetz

Nicht nur die Stiftung leidet unter den handwerklichen Fehlern. Wenn man dem Stifter keinen Vertrauensschutz nach § 10b Abs. 4 EStG zubilligt, weil er sich zumindest grob fahrlässig in das Stiftungsmodell hat hineindrängen lassen, statt die wundersamen Versprechungen eindringlich zu hinterfragen, droht auch ihm Ungemach in Form der Aberkennung des Sonderausgabenabzugs. Spätestens dann bricht das scheinbar so lukrative Stiftungs- und Anlagemodell wie ein Kartenhaus in sich zusammen – und damit nicht selten auch die Altersvorsorge des Kunden.

Aberkennung des Sonderausgabenabzugs

Kooperation als Vertriebsvoraussetzung

So weit denken die „Stiftungsverkäufer“ aber typischerweise nicht. Die saftigen Provisionen in der Gegenwart locken und sind ihnen näher als das Szenario des Scheiterns in der Zukunft. Freilich sind Vertriebsmitarbeiter keine Experten auf dem Gebiet des Stiftungs- und Steuerrechts. Das sehen sie in der Regel auch selbst so. Sie bedürfen also der Hilfe von außen. Häufig anzutreffen ist die Zusammenarbeit mit (Stiftungs-) Treuhändern. Die Rollen sind auf beiden Seiten klar verteilt: Während der Treuhänder die notwendigen, in der Regel standardisierten Vertragsunterlagen zur Errichtung einer Stiftung zur Verfügung stellt, gehen die Verkäufer auf Kundenfang für das Stiftungs- und Anlagemodell in der Verwaltung des Treuhänders – eine Symbiose, von der Treuhänder und Verkäufer profitieren.

Unseriöse Treuhänder

Doch nicht nur Treuhänder, auch Anwälte und Steuerberater kommen als Kooperationspartner infrage. Der Reiz des schnellen Geldes lässt auch sie nicht immer unberührt. Für den ahnungslosen Stifter erweist sich diese Spielart des Vertriebs als besonders tückisch, denn die Empfehlung eines vermeintlich unabhängigen und besonders qualifizierten Rechtsanwalts oder Steuerberaters signalisiert Seriosität. Darin liegt auch die eigent-

Auch Anwälte und Steuerberater mit im Boot

liche Krux: Anwälte und Steuerberater, die mit provisionsgetriebenen Vertrieben gemeinsame Sache machen, stellen ihre eigenen Interessen über die ihres Mandanten und ihres Berufsstandes. Dass sie dabei womöglich berufsrechtswidrig handeln oder sich bei falscher Beratung durch die Vertriebsmitarbeiter sogar selbst schadenersatzpflichtig machen, soll ebensowenig unerwähnt bleiben wie – im Einzelfall – die denkbare Verwirklichung von Straftatbeständen, z.B. § 266 StGB (Untreue).

Gemeinsam stark

Mit am erfolgreichsten haben in Deutschland in den letzten Jahrzehnten bekanntlich Finanzvertriebe gearbeitet, die als Strukturvertriebe aufgebaut sind. Bekannter sind sie hierzulande unter der Bezeichnung „Drückerkolonnen“. Gekennzeichnet sind derlei Vertriebsstrukturen durch die Eigenart, dass „Obervermittler“ an den ihnen zugeordneten „Untervermittlern“ mitverdienen – ein Teil der Provisionen der unteren Vermittlerstufen fließt automatisch an die oberen Ebenen. Wer ganz oben steht und eine große Zahl von Vertriebsleuten, die regelmäßig schlecht ausgebildet sind, hinter sich vereinen kann, ist dick im Geschäft. Überträgt man den Ansatz auf den Vertrieb von Stiftungs- und Anlagemodellen, ist der Vertriebserfolg einfach vorgezeichnet: Wer das Modell im großen Stil betreiben will, muss nur genügend willige Verkäufer anheuern. Die Stiftungsvertriebe suchen daher laufend nach Unterstützung. Im Internet finden sich dementsprechend Stellenausschreibungen, die beim kundigen Leser unweigerlich Unbehagen hervorrufen. Denn im Anforderungsprofil stehen nicht etwa fachliche Kenntnisse an erster Stelle, sondern Verkaufserfahrung und ein guter Leumund. Kompetente Beratung wird damit zur Nebensache erklärt. Das kann gerade bei der nicht einfachen Rechtsfigur der gemeinnützigen Stiftung nicht überzeugen.

Verkäufer gesucht

In der Praxis geht es aber tatsächlich weniger um Fachwissen. Es geht vielmehr um Werbebotschaften und Floskeln, mit deren Hilfe der Verkäufer in der Lage ist, den Kunden zu bezirzen und ihm bei kritischen Nachfragen gekonnt den Wind aus den Segeln zu nehmen. Zusätzlich ausgestattet mit werbewirksam inszenierten Powerpoint-Präsentationen und Broschüren ist es den Verkaufsprofis dann zu oft ein Leichtes, beim Kunden Eindruck zu schinden und das Stiftungs- und Anlagemodell an den Mann oder die Frau zu bringen.

Werbepsychologie statt Fachwissen

Was tun?

Damit der Stiftungsmarkt nicht buchstäblich zur Grauzone wird, müssen seriöse Berater alles daran setzen, dem Treiben der selbsternannten Stiftungs- und Anlageexperten ein möglichst rasches Ende zu bereiten. Anderenfalls droht das Ansehen des deutschen Stiftungswesens ernsthaft Schaden zu nehmen. Ist das Vertrauen in die Seriosität des Stiftungswesens erst einmal nachhaltig erschüttert, lässt es sich nur schwerlich zurückgewinnen.