

Hecht bindmiddel voor familie en bedrijf

Filantropie vanuit familiewaarden

Familiewaarden als een bindende factor binnen de familie en tussen familie en bedrijf, vormen een mooi vertrekpunt voor betrokken en duurzaam geven. Zo kan filantropie een familie binden en boeien.

Naarmate het familiebedrijf groeit en succesvol is, ontstaat er ruimte om na te denken over een andere vorm van betrokkenheid. Familiebedrijven zijn koplopers als het gaat om het steunen van maatschappelijke initiatieven.¹ Bij steeds meer familiebedrijven bestaat de behoefte om 'goed te doen'. Maar waar te beginnen en hoe hieraan invulling te geven? Voor de één een relatief nieuwe wereld, voor de ander een bekend terrein waarbij al dan niet reeds doordachte keuzes zijn gemaakt.

Wanneer een familie(bedrijf) overweegt vermogen te investeren in 'haar' goede doel, is het raadzaam familiewaarden als uitgangspunt te kiezen voor betrokken en duurzaam geven. Dit leidt tot grotere betrokkenheid bij het goede doel van haar keuze en geeft meer persoonlijke voldoening. Bovendien versterkt het de familieband, ook tussen de generaties, en de relatie tussen de familie en het bedrijf. Aan de kant van het bedrijf etaleert filantropie het langetermijndenken. Het goeddoen fungeert

dan als een hecht bindmiddel en is heilzaam voor familie, bedrijf en samenleving.

Wat is filantropie?

Volgens een vaak gehanteerde definitie staat filantropie voor 'bijdragen in de vorm van geld, goederen en of tijd (expertise) die individuen en organisaties (fondsen, bedrijven, kerken, goededoelenloterijen) vrijwillig ter beschikking stellen om primair algemeen nuttige doelen te steunen'.² Voor familiebedrijven zien we in het woud van filantropiedefinities veelal deze elementen steeds terugkomen: vrijwillige actie, het bevorderen van een betere samenleving en langetermijnvoordeel. Het hoofddoel is het dienen van de maatschappij maar daarnaast zijn er natuurlijk vele secundaire motieven.³ Hier komen we verder in het artikel op terug.

De geefcirkel

In de huidige tijd heeft het 'gewone' geven plaatsgemaakt voor meer betrokken en duurzaam geven. Waar het voorheen meer ging om het verstrekken van basisbehoeften, verbreedde het door de jaren heen al meer naar onderwerpen als milieu en gezondheidszorg en later nog van symptoombestrijding naar oplossingsgerichtheid bij de bron, zoals educatie. Reeds in 1900 was er aandacht voor het imago en luidde het advies om mee te doen aan maatschappelijke acties die publiekelijk goed op iemand afstralen. Van puur altruïstisch verschoof het accent richting de hang naar return on investment en dat is niet per definitie materieel. Donateurs

Mitra Tydeman en Charlotte Zandvoort zijn werkzaam als manager, respectievelijk senior manager bij PwC. Mitra Tydeman is tevens verbonden aan het Tilburg Institute for Family Business en als buitenpromovenda verbonden aan de Erasmus Universiteit.

willen vandaag de dag meer betrokken zijn bij ‘hun’ goede doel waaraan zij naast geld steeds meer van hun tijd en expertise willen geven. Zij gaan met deze nieuwe manier van geven steeds vaker een resultaatsverbintenis aan. Een opvallende trend is dat vermogende families meer dan ooit verantwoordelijkheid nemen om met hun vermogen en inzet een grotere bijdrage aan een betere samenleving te leveren. Het vermogen overdragen aan alleen de kinderen is niet langer de standaard. Zij willen het familievermogen meer zin en een nieuwe dimensie geven en daarmee het verschil maken. Zij willen geschiedenis schrijven door positieve maatschappelijke impact te creëren. Zij vergroten op die manier de emotionele en sociale waarde van hun vermogen, maar ook hun erfgoed voor de volgende generatie binnen de familie en voor de samenleving.

Met deze nieuwe benadering lijkt het eenrichtingsgeven te evolueren tot een wederkerige geefovereenkomst of zoals wij het zouden willen benamen: een geefcirkel. In het licht van deze trends kan het geven een instrument zijn om de familiewaarden levend te houden en kan het een belangrijke rol spelen bij het binden van de familie en het bedrijf.

Familiewaarden concretiseren

Filantropie kan guidance geven aan de familieleden zoals bij het opdoen van praktijkervaring in die wereld richting de business omgeving – de onderneming – en werkt op deze wijze educatief. Het werken met het familiekapitaal vanuit het gedachtegoed van de familie – in dit geval in het kader van filantropie – en het samenwerken aan een gemeenschappelijk doel zijn eveneens leerzaam. Om uiteindelijk recht te doen aan de wensen moeten eerst verschillende vragen de revue passeren voor een passende oplossing. De eerste stap is de familiewaarden te concretiseren. Vervolgens is het cruciaal om in kaart te brengen wat de wensen van de familie zijn, waar de prioriteiten op de korte en lange termijn liggen, wat de haalbaarheid hiervan is en welke filantropische bestemming van het vermogen het beste aansluit bij de familiewaarden. Het vinden van een bestemming die nauw aansluit bij de familiewaarden en

dicht aanligt tegen de interessesfeer van de familie, versterkt de betrokkenheid en geeft ook meer voldoening. Tegelijkertijd kan de familie de familiewaarden ook laten doorklinken in de onderneming, zoals bij de corporate responsibility binnen het familiebedrijf. Dan is de impact van het ‘goeddoen’ met een langetermijnvisie nog groter en zijn de familiewaarden via een ‘goede’ weg uitgewaaid binnen de onderneming. Zo brengt filantropie vanuit familiewaarden de familie en het familiebedrijf nog meer op één lijn. Als de donateur aan het geven ook een resultaatsverplichting voor de begunstigden verbindt, is de geefcirkel rond!

De juiste keuze maken

Om de juiste keuze te kunnen maken, is het allereerst van belang te kijken naar de geefmotieven. Wat motiveert de familie om (terug) te geven? Deze motieven liggen op het vlak van de familie, het bedrijf of een combinatie hiervan. Op het vlak van de familie gaat het om familie-identiteit en waarden, gedachten over familiekapitaal (waarde creëren dan wel instandhouden) en een manier van beheren van het vermogen. Motieven aan de businesskant zijn onder andere langetermijnstrategie, het creëren van politieke goodwill in de maatschappij en het voldoen aan bepaalde verwachtingen bijvoorbeeld ten opzichte van peers. Voorbeelden van duale motieven zijn positieve perceptie bij de familie, moreel besef – goede intenties – dat dit hoort bij het hebben van vermogen en de verantwoordelijkheden die daarbij komen kijken en educatie op het gebied van persoonlijke en zakelijke skills.⁴ Bijkomende factoren zijn het type bedrijf in bepaalde industries, het land, de belastingvoordelen en de grootte van de community waarin men zich beweegt waarbij het adagium geldt: hoe kleiner de community, hoe groter het verantwoordelijkheidsgevoel.⁵

Een volgende stap is dan wat de familie wil geven. Alleen een financiële bijdrage of ook kennis en expertise? Wil zij alleen maar schenken of een bepaald resultaat zien? Vervolgens rijzen de volgende vragen in de keuze-fase: wil de familie als donateur zelf een doel opzetten of maakt ze gebruik van reeds bestaande goede doelen? In hoeverre speelt de fiscaliteit een rol en kunnen be-

staande regelingen worden benut? Welke vorm spreekt het meeste aan? Willen de familieleden de volgende generatie nu al betrekken bij hun keuzes en visie?

Dit is maar het eerste gedeelte van alle stappen die nodig zijn om het gehele proces van A tot Z te doorlopen. Bij elke stap hoort een scala aan vragen. Het antwoord op al deze vragen maakt inzichtelijk wat de familie wil. En omdat het om betrokken en duurzaam geven gaat, moet de familie weloverwogen keuzes maken. Filantropie op basis van de familiewaarden is een krachtig middel om de familie en het bedrijf te binden en te boeien.

Diverse geefstructuren

Het schenken aan goede doelen heeft maatschappelijke impact en kan voldoening geven, maar het is ook fiscaal aantrekkelijk. Er bestaan verschillende fiscaal voordelige manieren om betrokken en duurzaam te geven. Hierbij geldt dat de wens van de donateur voorop staat: wat wil de schenker geven, aan wie en hoe lang? Wanneer eenmaal inzichtelijk is geworden wat de donateur precies wil, en daarin de juiste keuzes heeft gemaakt, komt het aan op het kiezen van de juiste vorm van de gift, variërend van eenvoudig schenken tot gedeeld geven.

De gift

De donateur kan kiezen tussen een gewone (incidentele) gift of een periodieke gift. Afhankelijk van de vorm van de gift kan deze geheel of gedeeltelijk in aftrek komen op het persoonlijke inkomen. Voor gewone, niet-periodieke giften geldt dat de schenkingen aftrekbaar zijn voor zover deze samen in een kalenderjaar meer bedragen dan één procent van het verzamelinkomen (voor toepassing van de persoonsgebonden aftrek) van de donateur, met een minimum van zestig euro (drempel). Daarnaast geldt een maximumaftrek van tien procent van het verzamelinkomen (plafond). Als de donateur het hele kalenderjaar een fiscale partner heeft, worden de donaties van beiden samengevoegd en moeten voor het bepalen van zowel de drempel als het plafond de verzamelinkomens van beiden worden opgeteld. De donateur moet de gift met schriftelijke stukken kunnen aantonen.

Eenmalige giften aan een sociaal belang behartigende instelling (SBBI) zijn niet aftrekbaar. Voorbeelden van SBBI's zijn muziekverenigingen, (amateur)sportverenigingen en dorps- en buurthuizen. De giftenaftrek geldt wel voor incidentele giften aan een algemeen nut beogende instelling (ANBI) of een steunstichting SBBI.

De voorwaarden voor de ANBI-status houden onder meer in dat de instelling zich voor tenminste 90% inzet voor het algemeen belang en geen winstoogmerk heeft. Er moet daarnaast sprake zijn van een afgescheiden vermogen en het vermogen mag niet worden opgepot. Vermogen dat overblijft na opheffing van de instelling wordt besteed aan een ANBI met een soortgelijk doel. Hiernaast publiceert de instelling jaarlijks een financiële verantwoording op een website.

Periodieke giften aan ANBI's of bepaalde verenigingen zijn aftrekbaar als ze de vorm hebben van minimaal vijfjaarlijkse, 'vaste en gelijkmatige' periodieke uitkeringen die uiterlijk eindigen bij overlijden. Hiervoor is een notariële of onderhandse akte van schenking vereist.

De gift aan een ANBI of een steunstichting SBBI kan ook in aftrek komen in de aangifte vennootschapsbelasting als de donateur een bedrijf is. De gift spruit dan voort uit de charitatieve behoefte van de grootaandeelhouder. Eén van de voorwaarden voor deze giftenaftrek is dat de aandeelhouder geen doorslaggevende zeggenschap heeft over de ANBI als verkrijger van de gift. Dit zou de ANBI-status van de verkrijger – die vereist is voor de giftenaftrek – in gevaar kunnen brengen. De aftrek bedraagt ten hoogste 50 procent van de winst met een maximum van 100.000 euro. Het is fiscaal gezien ook een optie deze bijdrage als 'zakelijke last' vorm te geven in plaats van als gift. Denk hierbij aan een sponsorrelatie of een bijdrage in het kader van het 'corporate responsibility'-beleid van een onderneming.

Als de instelling voldoet aan de voorwaarden voor een ANBI, SBBI of steunstichting SBBI is deze ook geen

schenk- of erfbelasting verschuldigd over de verkrijging en is een uitdeling van deze instelling ook niet hiermee belast.

Gedeeld geven

Het is ook mogelijk om een schenking te doen waarbij niet alleen de belangen van het goede doel gediend zijn, maar ook het belang van de schenker: schenken met behoud van vermogen of gedeeld geven. In de kern komt deze geeftechniek erop neer dat een schenker een belang houdt bij het vermogen dat hij schenkt. Dit kan op verschillende manieren worden bereikt.

Een voorbeeld is overdracht van blote eigendom aan een ANBI met behoud van vruchtgebruik. Op deze manier houdt de schenker recht op een rendement van het geschonken vermogen tot aan zijn overlijden (het zogenoemde 'vruchtgebruik'). Dit kan de schenker doen door de blote eigendom te verkopen aan de ANBI en de koopsom in (minimaal vijf) gelijke jaarlijkse termijnen kwijt te schelden. Gedurende het leven moet de ANBI het rendement dat ze op het vermogen behaalt, uitkeren aan de donateur. Zo is er sprake van gedeeld vermogen. De ANBI verkrijgt de blote eigendom van het vermogen en de schenker geniet als vruchtgebruiker de levenslange vruchten hiervan. Het voordeel voor de schenker is dat hij of zij tijdens leven de jaarlijkse inkomsten uit het vermogen blijft ontvangen en tegelijkertijd fiscale privileges kan benutten.

Een ander voorbeeld van gedeeld geven is het verstrekken van een renteloze of laagrentende lening aan een ANBI. De donateur schenkt (een deel van) de rente in de vorm van een gift. Bij een renteloze lening bestaat de eenmalige (gewone) gift uit het verschil tussen de nominale waarde en de contante waarde van de lening. Jaarlijks is de donateur een bepaald percentage (varierend tussen 0,6-1,6 % afhankelijk van de waarde van de vordering) inkomstenbelasting verschuldigd over de waarde van de vordering (box 3). Bij het verstrijken van de looptijd lost de ANBI de lening af en ter aflossing sluit de ANBI een deposito af bij de bank voor de contante waarde. Het is ook mogelijk de aflossingen kwijt te schelden door middel van een periodieke gift.

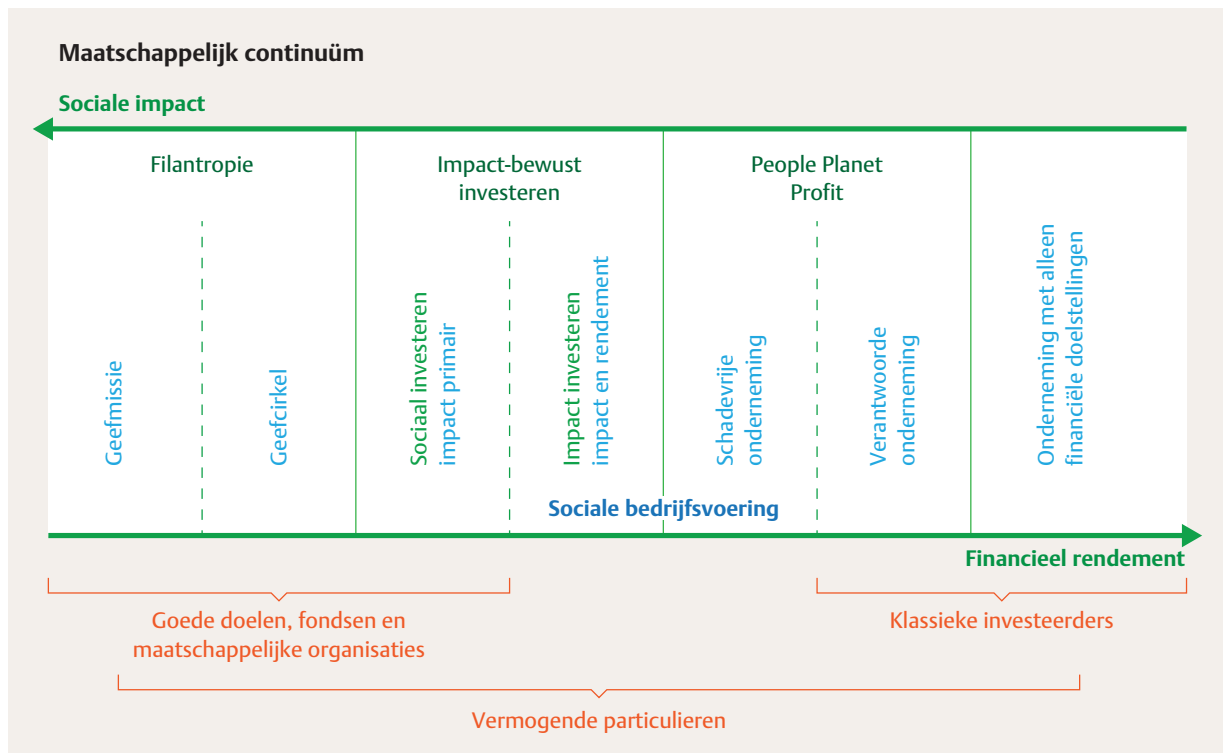
Het oprichten van een fonds of een familiestichting

Een andere geefstructuur is het oprichten van een fonds of een familiestichting. Het is soms mogelijk om met de ANBI af te spreken aan welk doel de ANBI de gift zal besteden. Grotere goede doelen bieden hierbij soms de mogelijkheid aan om een fonds op naam op te richten. Door middel van een fonds op naam krijgt de schenker de mogelijkheid om aan de gift een specifieke bestemming te geven die past binnen de grotere doelstelling van de ANBI. Het fonds op naam vormt als het ware een afgescheiden deel binnen het totale vermogen van de ANBI. De ANBI gaat het besteden op een manier die de donateur heeft voorgeschreven. De regels van het fonds – waaraan de donateur eventueel zijn of haar naam kan verbinden – kunnen in overleg met de betreffende ANBI worden vastgelegd. Vaak is aan de instelling van een fonds op naam een minimumbedrag gekoppeld. De fiscale gevolgen van een gift aan een fonds op naam verschillen niet met die van een gewone of periodieke gift.

Als de donateur meer invloed wil uitoefenen op de bestedingen van de giften, kan hij of zij zelf een ANBI oprichten. Wanneer de instelling aan alle voorwaarden van een ANBI voldoet, kan de inbreng van het vermogen in de ANBI vrij van schenkbelasting plaatsvinden. De donateur is bij deze variant meer betrokken bij de uiteindelijke besteding van de gift en dat kan veel voldoening geven. Vergeleken met een fonds op naam, waarbij de donateur kan profiteren van de kennis en ervaring van de ANBI, neemt de variant van een eigen stichting meer tijd in beslag en is meer deskundigheid vereist. Het is daarom raadzaam bij het oprichten van een 'eigen' ANBI de hulp van een adviseur in te schakelen.

Filantropie in het maatschappelijke continuüm

De samenhang tussen sociale en financiële opbrengst van een investering wordt treffend weergegeven in het maatschappelijk continuüm. Dit continuüm is zowel van toepassing op de persoonlijke behoefte tot goeddoen als op maatschappelijk investeren en op bedrijfsvoering (maatschappelijk verantwoord ondernemen). Het continuüm loopt van uitsluitend gericht op maatschappelijke impact bij goede doelen (links) naar uitsluitend gericht



op financieel rendement (winstmaximalisatie) bij traditionele commerciële ondernemingen (rechts). Hieruit blijkt dat sociaal rendement afneemt naarmate de investering meer gericht is op financieel rendement. Het een sluit het ander evenwel niet uit. Bij 'impact bewust investeren' wordt over het algemeen zowel sociaal rendement als financieel rendement behaald.

Conclusie

Vermogende families zetten zich steeds intensiever in voor goede doelen, door het verschaffen van kapitaal of anderszins. Bij het bepalen van de te steunen goede doelen, en het vormgeven van de steun zelf, kan de link met familiewaarden een zeer bruikbare zijn. Er dienen immers vele keuzes te worden gemaakt met (langdurige) gevolgen voor de familie. Goeddoen op basis van de familiewaarden is daarnaast een krachtig middel om de familie en het bedrijf te binden en te boeien. Goeddoen levert vaak een fiscaal voordeel op en kan op allerlei manieren worden vormgegeven. Van belang hierbij is of de donateur eenmalig een gift wilt doen, of

meer structureel. En of de donateur in hoge mate actief betrokken wil zijn bij het goede doel, of slecht zijdelings. Ook is het type goede doel van belang. Nog los van alle fiscale faciliteiten is filantropie goed voor de familie, het bedrijf en de samenleving.⁶

Noten

- 1 J.H. Astrachan, 'Family firm and community culture', *Family Business Review* 1988, 1, p. 165-189, C.A. Sanborn & F. Portocarrero 2003 November, La filantropia 'realmente existe' en America Latina. Paper presented at Seminario Internacional Fundacion PROhumana y Fundacion Ford, Santiago de Chile.
- 2 Th. Schuyt, *Inleiding in filantropie en filantropiewetenschap*, Utrecht: De Graaff 2012, p. 26.
- 3 N. Feliu & I.C. Botero, 'Philantropy in Family Enterprises: A Review of Literature', in: *Family Business Review* 2016, Vol. 29(1), p. 25.
- 4 Feliu & Botero 2016, p. 125-127.
- 5 Feliu & Botero 2016, p. 128.
- 6 Lees meer over filantropie vanuit familiewaarden, de diverse geefstructuren en belastingfaciliteiten in het hoofdstuk 'Maatschappelijk impact: Filantropie', in de reeks *Familie en vermogen in bedrijf*, te raadplegen via www.pwc.nl/nl/publicaties/familie-en-vermogen-in-bedrijf.