

Die Gründer-Elite founders

Deutschland, Öste

MAGAZIN

Ausgabe 82



Wenn kleine Schritte
GROSSES bewirken

Phil Ritter und **Team** über die 1-Hour-Methode



OLIVER SCHWARTZ
Storytelling
als Growth Engine

CARLOS FRISCHMUTH
Arbeitswelten wie aus
»Schöner Wohnen«

MARTIN LIMBECK
Spenden ist eine soziale
Verpflichtung als Unternehmer!

Einstellung

Wolfram Kons im November 2025 vor der Spendenuhr beim 30. RTL-Spendenmarathon.



»Es ist wieder so weit: Weihnachtszeit ist Spendenzeit.«
– Martin Limbeck

Spenden ist keine Charity-Show, sondern soziale Verpflichtung als Unternehmer!

EIN GASTBEITRAG VON MARTIN LIMBECK

Es ist wieder so weit: Weihnachtszeit ist Spendenzeit. Egal, wohin du schaust: Die Sammeldozen stehen in den Supermärkten, die Lokalradios rufen zu Liederwünschen gegen Spenden auf, Kirchengemeinden sammeln für Bedürftige, es finden Wohltätigkeitsbasare im Tierheim statt und so weiter. Überall engagieren sich Menschen. Ich finde das großartig. Was mir in diesem Zusammenhang jedoch immer wieder aufstößt: Oft sind Menschen dabei, die selbst nicht viel haben – und trotzdem aus vollem Herzen geben. Während die, die eigentlich locker spenden könnten, seltsam knauserig sind. Ich verrate in diesem Beitrag, warum meiner Ansicht nach Menschen, die in der Öffentlichkeit stehen, auch eine soziale Verantwortung haben, der sie nachkommen sollten.

Unternehmertum bedeutet echte Verantwortung

Ich sage es bereits seit Jahren: Als Unternehmer hast du nicht einfach nur ein Business. Du trägst auch Verantwortung. Für deine Familie, deine Mitarbeiter, Kunden und Lieferanten. Und auch für die Gesellschaft, denn sie hat es dir ermöglicht, mit deinem Unternehmen erfolgreich zu werden. Ja, selbst dann, wenn sie dir in Form von Gesetzen und Vorschriften Steine in den Weg legt und versucht, Gründungen so nervig und umständlich wie möglich zu machen. Doch das ist ein anderes Thema. Ich bin in einfachen Verhältnissen groß geworden – daher liegt es mir am Herzen, etwas zurückzugeben. Und ich wünsche mir, dass mehr Unternehmer und anderweitig erfolgreiche Menschen ebenfalls so denken würden.

Seit 2018 engagiere ich mich als Botschafter für den Dortmunder Verein Kinderlachen e.V., der sich für kranke und bedürftige Kinder stark macht. Ich sammle

Spenden und spende auch selbst. Nicht nur in Form von Geld, sondern auch das, was wirklich gebraucht wird – beispielsweise Fahrradhelme für Kids, die ohne nicht sicher zur Schule kommen. Oder Schreibtische für die Kinder, die sonst zu Hause keinen eigenen Platz haben, an dem sie ihre Hausaufgaben machen können. In den letzten Jahren habe ich auch mehrfach Kids Camps mit veranstaltet, um Kindern eine Woche Erlebnisse und Erinnerungen zu schenken, die sie stärken. Dieses Engagement ist mir enorm wichtig und ich mache es, wie alles, was ich tue: mit Herz und mit vollem Einsatz.

Spenden ist kein Marketingcoup, sondern sinnbildlich für deine Haltung
Mein Eindruck, der sich in den letzten Jahren nochmal verstärkt hat: Viele Unternehmen spenden in erster Linie, weil es »gut aussieht«. Weil sich darüber in den Social Media super berichten lässt und eine Pressemitteilung zum Thema auf die Corporate Social Responsibility einzahl. Wichtig ist ▶

Der Autor



Martin Limbeck ist Inhaber der Gipfelschärfer Mentoring GmbH, Mehrfachunternehmer, Experte für Sales und Sales Leadership sowie fünffacher Bestsellerautor.



Bilder: IMAGO / Horst Galuschka, Oliver Wagner



»Es geht nicht darum, wer am meisten spendet. Es geht auch darum, was es bedeutet.«
– Martin Limbeck

dabei natürlich das öffentlichkeitswirksame Foto mit dem großen Scheck, der überreicht wird. Doch echte Verantwortung beginnt dort, wo niemand klatscht und wo keine Fotografen dabei sind.

Wenn du Unternehmer bist, dann frag dich bitte mal: »Wie kann ich mit meinen Resourcen helfen?« Es geht nicht darum, ein Charity-Feuerwerk zu veranstalten. Wenn du spendest, dann regelmäßig! Nicht nur an Weihnachten, weil es alle tun. Und du musst auch nicht gleich sechsstellige Summen spenden. Überleg dir mal, was du über Geldspenden hinaus möglich machen kannst: Beispielsweise deine Mitarbeiter für soziale Tage freistellen, damit sie sich engagieren können. Deine Räume für eine Veranstaltung öffnen und diese planen. Für eine Organisation, die dir am Herzen liegt, dein Netzwerk öffnen. Firmeneigene Produkte oder Dienstleistungen zur Verfügung stellen – sei es zur direkten Unterstützung Bedürftiger oder beispielsweise als Preis bei einer Charity-Auktion. Oder wie wäre es mit Patenschaften oder der Unterstützung lokaler Initiativen in eurer Stadt? Auf diese Weise sorgst du dafür, dass es nicht mehr nur um eine einzelne Spende von dir geht

– sondern um einen Beitrag, den ihr mit dem gesamten Unternehmen leistet.

Spenden ist nicht peinlich, sondern Wegschauen

Was ich persönlich als sehr unangebracht empfinde: Wenn sich Menschen mit Einfluss bei Spendenaktionen wegducken oder nur symbolisch etwas geben. Bei der großen Gala von Kinderlachen e.V. sind Ende November 2024 fast 982.000 Euro zusammengekommen – auch durch die Versteigerung toller Preise. Ich bin mir jedoch sicher, dass es noch viel mehr hätte sein können.

Gerade aus dem Feld der Politik sind viele Gäste sehr zurückhaltend gewesen und beim Bieten früh ausgestiegen. Ähnliches war auch beim RTL-Spendenmarathon im vergangenen Jahr zu beobachten. Leute wie Friedrich Merz, Christian Lindner oder Markus Söder gaben maximal niedrige vierstellige Summen.

Natürlich liegt die Entscheidung bei jedem selbst. Doch es sendet in meinen Augen kein gutes Signal. Wenn die, die Einkommen und Bühne haben, nicht vorangehen – warum sollen es dann die Menschen tun, die oftmals am Ende des Monats jeden Euro zweimal umdrehen? Ich erwarte von politischen Verantwortungsträgern mehr als symbolische Gesten. Nicht, weil sie mehr spenden müssen, sondern weil es ihre Aufgabe ist, mit gutem Beispiel voranzugehen. Alles andere ist unangemessen, gerade im Hinblick auf die Gehälter und Pensionen, die ihnen gezahlt werden vom Staat.

Jeder Cent zählt – und manche sind besonders wertvoll

Es geht nicht darum, wer am meisten spendet. Es geht auch darum, was es bedeutet. Wenn eine alleinerziehende Mutter 50 Euro spendet, obwohl sie weiß, dass es dann am Ende des Monats womöglich knapp wird, ist das großherzig und edel. Wenn ein Spitzenverdiener 2.000 Euro spendet, obwohl er am letzten Wochenende im Fünf-Sterne-Wellnesshotel auf Sylt mehr ausgegeben hat, dann ist das kein Heldenmut.

Ich bin seit Jahrzehnten Unternehmer. Ich verdiene gut, also gebe ich. Das ist für mich selbstverständlich. Und was mich noch mehr freut: Bei meinem Engagement bei Kinderlachen zu sehen, was sich damit bewirken lässt. Wenn du selbst mit erlebst, wie sehr diese Kinder sich freuen, dann weißt du: Soziale Verantwortung ist kein Add-on. Sie ist unser Job. Also hör auf, dich zu fragen, ob es »sich lohnt« oder ob es einen Unterschied macht, ob du spendest oder nicht. Es lohnt sich immer. Und es ist an der Zeit, dass gerade wir Unternehmer vorleben, wie Verantwortung wirklich aussieht. ♦

»Limbeck. Unternehmer.«
von **Martin Limbeck**
352 Seiten
Erschienen: November 2023
GABAL Verlag
ISBN: 978-3-96739-153-4

