

# Gelder aus den USA – Standardlösungen gibt es nicht

**Europäische Fundraiser lassen sich gern von den USA inspirieren, um neue Ideen und Impulse zu erhalten. Konsens scheint darüber zu herrschen, dass der US-Fundraisingmarkt lediglich als dankbares Studienobjekt taugt. In den USA gewonnene Erkenntnisse werden auf das Fundraising in Deutschland übertragen, wenn sie auf dem deutschen Markt umsetzbar erscheinen. Immer mehr deutsche Non-Profit-Organisationen betreiben darüber hinaus aber auch aktiv Fundraising auf amerikanischem Boden.**

**Von STEFAN WINHELLER  
und GISELA KELLER**

Nicht nur die Großen erzielen Erfolge in den USA. Auch kleinen Vereinen gelingt dies, wenn sie ihre persönlichen Kontakte spielen lassen. So erhielt der 2009 gegründete Verein Come In e.V., der sich für benachteiligte Jugendliche im Raum Hamburg-Wilhelmsburg einsetzt und bereits früh von der Körber-Stiftung ausgezeichnet wurde, erst kürzlich eine erste Spende in Höhe von 2000 US-Dollar von einem privaten Gönner mit Sitz im Silicon Valley. Der Spender ist dem Verein bestens bekannt: Der Neffe der Vereinsvorsitzenden ist ein erfolgreicher Software-Unternehmer in den USA. Seine Spende an die Hamburger Initiative ist Ausdruck seiner Verbundenheit mit der Heimat und mit den jungen Menschen, denen es wegen äußerer Umstände schwer fällt, erfolgreich in den Beruf zu starten. Die erste Spende soll nur der Anfang einer langfristigen und engen Zusammenarbeit sein. Die Spendengelder fließen freilich nicht direkt an den deutschen Verein, sondern über eine Mittlerorganisation namens „American Friends of Germany“ mit Sitz in den USA. Nur so erhält der US-Spender eine nach US-Recht wirksame Spendenbescheinigung, die er seinem Finanzamt vorlegen kann.

„Auf Landesgrenzen darf es doch heutzutage nicht mehr ankommen“, meint Fateme Attarbashi, die Vorsitzende des Vereins. „Unser Spender lebt und arbeitet zwar in den USA. Das ändert aber natürlich nichts an der Tatsache, dass er weiterhin engen Kontakt nach Deutschland hat. Es freut uns sehr, dass er das über seine Spenden zum Ausdruck bringt.“

Nicht nur kleine Spenden lassen sich über persönliche Kontakte generieren. Auch die am Frankfurter Flughafen ansässige humanitäre Hilfsorganisation „Luftfahrt ohne Grenzen e. V. / Wings of Help“ hat über den persönlichen Kontakt ihres Vorsitzenden Frank Franke zu einem US-Amerikaner einen wichtigen Unterstützer ihrer Projekte gefunden. Frank Franke verbindet seit Jahren eine Freundschaft mit einem Vorstandsmitglied einer traditionsreichen Stiftung in den USA. Die US-Stiftung hat den deutschen Verein wiederholt mit namhaften Beträgen unterstützt.

## **US-STIFTUNGEN GEBEN NACH DEUTSCHLAND**

Grund allein ist selbstverständlich nicht die Freundschaft zwischen den beiden Herren. „Luftfahrt ohne Grenzen / Wings of Help“ erbringt seit Jahren beachtliche Leistungen im Bereich der weltweiten Katastrophen- und Notfallhilfe. Die tonnenschweren Hilfslieferungen der Organisation, die von großen Fluggesellschaften in die Katastrophenregionen transportiert werden, haben unzähligen Menschen, die in den letzten Jahren von schweren Katastrophen heimgesucht wurden, das Leben gerettet. Die Freiwilligen von „Luftfahrt ohne Grenzen / Wings of Help“ zählen in der Regel stets zu den ersten Helfern in Krisenregionen.

Frank Franke ist überzeugt, dass künftig auch weitere US-Stiftungen die Leistungen von „Luftfahrt ohne Grenzen / Wings of

Help“ anerkennen werden: „Die Stiftung hat uns stark unterstützt, wofür wir ein ganz herzliches Dankeschön in die USA senden! Wir stehen natürlich auch für andere US-Stiftungen als verlässlicher Partner zur Verfügung. Dafür unterziehen wir uns derzeit einem ausführlichen Antragsverfahren vor dem US-Finanzamt, um auch in den USA als gemeinnützig anerkannt zu werden. Das wird uns helfen, in den USA weitere Gönner von unserer Verlässlichkeit zu überzeugen und sie als Partner zu gewinnen.“

## **FUNDRAISING IN DEN USA FÜR EIN KONKRETES PROJEKT**

Dass sich auch für einzelne Projekte in den USA Geld einwerben lässt, hat die Hamburger Ausstellungshalle „Bucerius Kunst Forum“ (BKF) bewiesen. Von 2006 bis 2009 organisierte das BKF eine Ausstellungsreihe mit amerikanischer Kunst von 1800 bis 1950. Um Spenden von US-Geldgebern zu gewinnen, ging das Museum eine Kooperation mit „The German Marshall Fund of the United States“, einer US-Non-Profit-Organisation, ein. Schnell zeigte sich, dass die Ausstellungsreihe gut in das Portfolio einiger US-Stiftungen passte. Schlüssel zum Fundraising-Erfolg war, die Stiftungen über renommierte Persönlichkeiten der US-Kunstszene anzusprechen. Speziell hierfür hatte das Museum ein US Advisory Board gegründet; das eigentliche Fundraising und die Antragstellung bei den Stiftungen übernahm hingegen ein erfahrener US-Fundraiser.

„Die Gelder, die wir für diese Reihe in den USA einwerben konnten, haben uns sehr geholfen. Was genauso wichtig war, waren allerdings die vielen guten Kontakte, die durch das Fundraising entstanden“, sagt Ortrud Westheider, Chefin des Bucerius Kunst Forums.

Die Praxis zeigt, dass die meisten europäischen Non-Profit-Organisationen (NPOs)

in den USA noch keine persönlichen Beziehungen zu Spendern haben. Wie also in den USA die wichtigen Kontakte zu Spendern aufbauen? Am Anfang sollten eine Kurzanalyse und eine Spendenpotenzialanalyse stehen. Je größer, internationaler oder renommierter die europäische NPO ist, desto größer sind die Chancen auf Erfolg. Das Fundraising sollte ein Fundraiser in den USA verantworten. Allein von Deutschland aus ist nachhaltiges US-Fundraising schwer vorstellbar.

### EIN EIGENER „FÖRDERVEREIN“ IN DEN USA

Wenn Fundraising auf lange Sicht in den USA angestrebt wird und ein Spendenaufkommen von einer Million US-Dollar jährlich erwartet wird, lohnt sich der Aufbau eines Fördervereines in den USA. Die internationale Hilfsorganisation Swisscontact mit Sitz in der Schweiz ging 2008 diesen Weg mit ihrem eigenen Förderverein „American Friends of Swisscontact“. „Ein Eintritt in die USA muss wohl überlegt sein und bedingt eine langfristige Planung und Verpflichtung“, sagt Gabriella Crescini, Swisscontacts Fundraising Chefin, und ergänzt: „Einen so großen Markt zu erschließen braucht mindestens zwei Jahre Vorlaufzeit, intensive Präsenz und ein exzellentes Networking, bis die nötige Akzeptanz und das Vertrauen geschaffen sind, dass private wie auch öffentliche Spender zur Zusammenarbeit bereit sind. Swisscontact hat 2008 diesen Schritt gewagt und ist mit dem Resultat sehr zufrieden.“

### RECHTLICHE UND STEUERLICHE KLIPPEN UMSCHIFFEN

Nur gut vorbereitet lässt sich in den USA Geld verdienen. Die Abwicklung grenzüberschreitender Spenden muss sowohl für den Spender als auch für die heimische NPO unkompliziert sein. Rechtlich und steuerlich gibt es daher Einiges zu bedenken. Ein US-Geldgeber erhält für seine Spenden nach Deutschland nur dann einen steuerlich wirksamen Spendenabzug, wenn er an eine Organisation mit Sitz in den USA spendet. Hierfür ist gegebenenfalls eine Mittlerorganisation wie „American Friends of Germany“, eine andere US-NPO oder ein eigener Förderverein in den USA einzuschalten. Werden US-Stiftungen als Unterstützer angesprochen, ist dieser Umweg nicht zwingend erforderlich. Stattdessen kann es sich dann anbieten, in den USA einen Antrag auf Anerkennung als US-Charity zu stellen. Das entbindet US-Stiftungen von komplizierten und kostspieligen Nachweispflichten und erleichtert das Geben an die deutsche Organisation beträchtlich. In erbschafts- und schenkungssteuerlicher Hinsicht gelten wiederum gänzlich andere Voraussetzungen für ein steuerlich vorteilhaftes Geben. Im Einzelfall sind dann die nationalen erbschafts- und schenkungssteuerlichen Regeln sowie das einschlägige Doppelbesteuerungsabkommen zwischen den USA und Deutschland in den Blick zu nehmen.

Viele Wege führen nach Rom – und zu Geldern in den USA. Nullachtfünfzehn-Standardlösungen gibt es für ein erfolgreiches

Fundraising in den USA freilich nicht. Aber es gibt professionelle Partner, die bei der Abwägung behilflich sind, ob der Schritt in die USA angezeigt ist, die den Markteintritt in die USA sorgsam vorbereiten und die Umsetzung betreuen. In jedem Fall gilt: Wer beim Fundraising über den nationalen Tellerrand hinausschaut, hebt Potenziale und diversifiziert sein Spendeneinkommen. ■

**Stefan Winheller** ist Rechtsanwalt und Fachanwalt für Steuerrecht sowie Geschäftsführer der Kanzlei WINHELLER Rechtsanwälte mit Hauptsitz in Frankfurt am Main. Gemeinsam mit Partnerkanzleien in den USA berät er bundesweit Non-Profit-Organisationen. Er ist ehrenamtlich für die US-Organisation „American Friends of Germany“ ([www.afog-usa.org](http://www.afog-usa.org)) tätig.  
► [www.winheller.com](http://www.winheller.com)



**Gisela Keller** verfügt über 15 Jahre Erfahrung in Philanthropie, Fundraising und Kommunikation auf beiden Seiten des Atlantiks. Seit 1996 lebt sie in New York, wo sie 2004 die Agentur GK Communications gründete. Als deutsche Muttersprachlerin betreut sie insbesondere deutsche NPOs beim erfolgreichen Fundraising in den USA.  
► [www.gkcommunications.com](http://www.gkcommunications.com)



## G&O

Dialog-Concept GmbH

**Ihre Spender/innen von morgen sind heute um die 45 Jahre jung!**

Das ist gut zu wissen. Holen wir sie doch gemeinsam ab: Zu Ihrem Thema, Ihren Projekten und das seriös, transparent und ein wenig auch emotional. Übrigens – die demografische Entwicklung bietet ein großes Potenzial, das es rechtzeitig zu bearbeiten gilt. Sprechen Sie mit uns!

**Wir freuen uns auf Sie: Michael Oßwald und Gregor Gauder.**

**G&O Dialog-Concept GmbH**  
Maybachstraße 50, 70469 Stuttgart  
Telefon 0711/8 90 27-0, Fax 0711/8 90 27-50  
[www.go-dialog-concept.de](http://www.go-dialog-concept.de)

**Mehr als 30 Jahre  
Kompetenz und Erfahrung  
im Fundraising!**