

erotischen Kalender „Die Unschuld vom Lande“ (www.die-unschuld-vom-lande.de), die *Evangelische Jugendarbeit* in Nürnberg-Katzwang etwas deftiger mit dem Bibelkalender „Akt wie Gott sie schuf!“ (www.bibelkalender.de).

Beide Initiatoren wollen ihre Kasse aufbessern. „Mit der Kürzung der Mittel durch die Landeskirche stehen wir immer wieder vor dem Problem, unsere Jugendarbeit zu finanzieren“, so Peter Rohmer, Vorsitzender des Jugendausschusses in Katzwang. Zahlreiche Projekte wie Mitarbeiterfortbildungen, Kinder- und Jugendgruppen, Konfirmandenbetreuung, offene Treffs wollen finanziert sein, denn eine gute Arbeit ist auch in unserer Gemeinde nötig. Die Jugend gestaltete einen Kalender zu Motiven aus der Bibel. Damit wollten sie außerdem eine Auseinandersetzung mit bekannten und unbekanntem Geschichten aus der Bibel anregen. Die Jugendlichen versuchten, verschiedene Szenen oder historische Gemälde in die Gegenwart zu projizieren, ohne dabei künstlich erotische Darstellungen zu produzieren.

Im Kalenderteam wurde heftig und lange über die Umsetzung und Gestaltung diskutiert. In kleinen Gruppen erarbeiteten Jugendliche die verschiedenen Motive. Der Kontakt zum Fotografen Stefan Wiest, Mediengestalter aus Kornburg, kam durch Zufall zustande. Er hatte eine ähnliche Idee und war auf der Suche nach Personen, die ihn dabei unterstützen. Die Texte zu den einzelnen Motiven verfasste Pfarrer Friedhelm Berger aus Worzeldorf.

Für die Fotos zogen sich die Jugendlichen mehr oder weniger vor der Kamera aus. Eine Ausstellung mit den Kalenderfotos wurde mit einem Gottesdienst eröffnet und stieß bei Gemeinde und Öffentlichkeit auf positive Resonanz. Die Reaktion auf das Kalenderprojekt blieb nicht aus. Medien, von Boulevardblättern bis zum Fernsehen stürzten sich auf das Ereignis, die Foren in den Webseiten

quollen über. „Kein Wunder, nackte Körper in ungewohnter Umgebung und zu biblischen Themen stellen eben eine Provokation dar“, räumt Landesjugendpfarrer Dr. Hans-Gerd Bauer in einer Stellungnahme ein. „Es wurde Öffentlichkeit hergestellt, und die einen klatschen Beifall, die anderen rufen Skandal. War eigentlich auch nicht anders zu erwarten.“ Nun lasse sich sicherlich über die Ästhetik einzelner Bilder streiten und auch darüber, ob es nicht religiöse Gefühle verletzt, wenn im Kirchenraum so viel nackte Haut gezeigt werde, meint Bauer. Auch stelle sich die Frage, ob eine kirchliche Jugendgruppe auf die zunehmende Sexualisierung der Gesellschaft noch etwas draufsetzen müsse.

Es stelle sich aber auch die Frage, warum der Aufschrei bei anderen



Themen ausbleibt, so Bauer. Evangelische Jugend auf Landesebene oder in den Dekanaten sei schon mit anderen, viel skandalträchtigeren Themen an die Öffentlichkeit gegangen: Jugendarbeitslosigkeit, Bildungsnotstand, Sozialabbau und vieles andere mehr. „Wo war da die breite Entrüstung in den Webforen, wo waren die Medien, die dies schlagzeilenträchtig aufmachten, wo war da die breite Diskussion in der Öffentlichkeit?“ fragt Bauer. „Über Inhalt und Umsetzung des Kalenders lässt sich diskutieren, wer aber Skandal ruft, geht an den eigentlichen Skandalen vorbei. Oder werden Jugendliche nur wahrgenommen, wenn sie etwas nackte Haut zeigen?“



Zwei Benefizkalender aus Bayern, die bundesweit Aufsehen erregen, der Landjugendkalender und der Bibelkalender.

Fördermittel aus den USA für deutsche Nonprofits – eine bislang kaum genutzte Chance

von Stefan Winheller*

Mittel für gemeinnützige Projekte aufzutreiben ist bekanntlich ein mühsames Geschäft, insbesondere angesichts des verstärkten Rückzugs des Staates aus der finanziellen Förderung des dritten Sektors. Alternativen müssen her. Fundraising in den USA ist eine solche: Stiftungen, Privatper-

sonen und Unternehmen in den USA schütten jedes Jahr Milliardenbeträge an Fördermitteln für gemeinnützige Projekte außerhalb der USA aus. Auch deutsche Nonprofit-Organisationen, gleich welcher Größe, können hiervon profitieren. Nicht ohne Grund weist der Bundesverband deutscher Stiftungen auf die Fundraising-Mög-

lichkeiten in den USA hin (www.stiftungsindex.de/usa.htm).

Gleichwohl: An deutschen Organisationen gehen die Fördermittel bislang in der Regel vorbei. Grund hierfür sind im Wesentlichen die fehlende Kenntnis der Möglichkeiten und die rechtlichen Unterschiede zwischen deutschem und U.S.-amerikanischem Gemeinnützigkeitsrecht.

In den USA registrieren lassen

Mit der richtigen rechtlichen Strategie können aber auch deutsche Organisationen auf die U.S.-Fördertöpfe zugreifen. Hierzu sollte die deutsche Organisation zunächst die Anerkennung als gemeinnützig im Sinne des U.S.-Rechts beantragen. Der formelle Ablauf des Anerkennungsverfahrens ist einfach; äußerst kompliziert sind allerdings die inhaltlichen Rechtsfragen, die es dabei zu beachten gilt – Spezialkenntnisse auf dem Gebiet des deutschen und U.S.-amerikanischen Gemeinnützigkeitsrechts sind zwingende Voraussetzung, um das Verfahren erfolgreich zu gestalten. Läuft alles glatt, kann sich die deutsche Organisation nach etwa 4 bis 6 Monaten stolz als „charitable organization“ unter amerikanischem Recht bezeichnen.

Derart mit dem Gütesiegel der U.S.-Gemeinnützigkeit versehen, lassen sich Förderanträge bei U.S.-Stiftungen stellen. Gut in Erinnerung werden vielen Fundraisern noch die bemerkenswert hohen Summen sein, die die *Bill & Melinda Gates Foundation* kürzlich weltweit für gemeinnützige Projekte verteilte. Glücklicherweise waren diejenigen, die zu den Empfängern gehörten.

Wer nicht an den Millionenausschüttungen teilhaben konnte, muss aber nicht verzagen. Es gibt in den USA Tausende weiterer Stiftungen, deren Zweck allein darauf gerichtet ist, Gelder für gemeinnützige Projekte auszusütten.

Nicht alle spenden ins Ausland

Nicht alle diese Stiftungen spenden

freilich ins Ausland, und nicht alle spenden für alle Arten gemeinnütziger Projekte. Mit ein wenig Recherche lassen sich die einschlägigen U.S.-Stiftungen aber schnell orten. Sind die potentiellen Förderstiftungen erst einmal ausgemacht, ist der Aufwand in den Folgejahren gering und besteht im Wesentlichen allein darin, den Stiftungen in regelmäßigen, meist jährlichen Abständen, erneut Förderanträge zukommen zu lassen. So besteht jährlich aufs Neue die Chance auf finanzielle Unterstützung.

Viele deutsche Organisationen wollen bei der Stellung von Förderanträgen bei U.S.-Stiftungen aber nicht stehen bleiben. Sie wollen zusätzlich auch Unternehmen und Privatpersonen in den USA ansprechen und zum Spenden anregen. Vor allem für deutsche Hochschulen, die in den USA Alumni haben, ist dies interessant: Amerikaner sind seit jeher begeisterte Spender und die finanzielle Unterstützung der Alma Mater gehört zum guten Ton.

Die traditionell hohe Spendenfreudigkeit der Amerikaner kann neben deutschen Universitäten aber auch allen sonstigen Nonprofit-Organisationen zugute kommen.

Deutsche Gemeinde ansprechen

Vor allem aus dem Kreis der deutschen Community in den USA, die rund 42,8 Millionen (!) Menschen ausmacht (Quelle: US Census Bureau, www.census.gov/prod/2004pubs/c2kbr-35.pdf), sind Spenden zu erwarten, wenn es der deutschen Organisation nur gelingt, die Verbundenheit der potentiellen Spender zu Deutschland anzusprechen. Spendenaufrufe direkt an die deutsche Community lassen sich, wenn entsprechende Adressbestände nicht vorliegen, einfach über die zahlreichen deutschen Medien in den USA schalten.

Um Spenden von Unternehmen und Privaten einzuwerben, sind freilich rechtliche Voraussetzungen zu beachten. Amerikaner (mit Ausnahme von Stiftungen, siehe hierzu bereits oben)

spenden in aller Regel nicht direkt ins Ausland, da sie hierfür keinen steuerlichen Spendenabzug erhalten. Nur Spenden an eine U.S.-Organisation sind steuerlich abzugsfähig. Zur Lösung des Problems stehen zwei Alternativen zur Wahl: Entweder gründet die deutsche Organisation in den USA eine Partnerorganisation (bspw. „American Friends of XYZ“, wobei XYZ für den Namen der deutschen Organisation steht) oder sie bedient sich einer bereits bestehenden U.S.-Organisation.

In Frage kommt hierfür beispielsweise die amerikanische Nonprofit-Organisation *American Friends of Germany, Inc.* mit Sitz in San Francisco. Sie ist darauf spezialisiert, Spendengelder in den USA einzusammeln und an deutsche gemeinnützige Organisationen weiterzureichen. Die Kosten für diesen Service sind minimal (maximal 3 Prozent der eingegangenen Spendengelder).

US-Finanzamt verlangt Auskunft

In der Regel ist eine deutsche Organisation, die in den USA Fundraising betreibt, verpflichtet, gegenüber der amerikanischen Finanzverwaltung jährlich eine ausführliche steuerliche Erklärung abzugeben. Dieser Aufwand lohnt sich angesichts der Chancen, die sich der Organisation durch den Zugriff auf den weltweit größten Nonprofit-Markt eröffnen, allemal. Durch entsprechende rechtliche Gestaltung lassen sich die Informationspflichten außerdem meist auf ein angemessenes Maß verringern.

Selten ist in der Juristerei ein pauschaler Rat angebracht. Angesichts der Potenziale, die das Fundraising in den USA bietet, ist der Griff nach U.S.-Fördergeldern aber in der Tat nahezu jeder deutschen Nonprofit-Organisation zu empfehlen.

**Rechtsanwalt Stefan Winheller, LL.M. Tax (USA), ist Inhaber der Kanzlei für Nonprofit-Recht in Ettlingen. Weitere Informationen unter www.winheller.com/dateien/fundraising.html*