

& Stiftung Sponsoring

Ausgabe 2 | 2007

Das Magazin für Non-Profit-
Management und -Marketing



www.stiftung-sponsoring.de

KOOPERATION UND WETTBEWERB

GESPRÄCH

Klaus J. Hopt über die Idee der Europäischen Stiftung, Good Governance im Stiftungssektor und sein Engagement in der eigenen Stiftung für Vietnam

AKTUELLES

Beeinträchtigen Katastrophen wie der Tsunami die Spendenbereitschaft für andere Zwecke? Neue Ergebnisse zum deutschen Spendenmarkt

SCHWERPUNKT

Netzwerke, Franchising...: Wie Stiftungen durch Kooperation Potenziale nutzen und sich dem Wettbewerb um Ideen, Spender und Projekte stellen



ZWEI SCHRITTE – EIN ZIEL

Fördermittel der „American Friends“ für deutsche NPO

von Stefan Winheller, Frankfurt am Main

6,39 Mrd. US-\$ flossen im Jahr 2005 aus den Vereinigten Staaten in gemeinnützige Projekte im Ausland – eine beeindruckende Summe, die nach und nach immer mehr deutsche NPO auf die Idee bringt, in den USA Fundraising für heimische Projekte zu betreiben.

Erfolgreiches Fundraising in den USA durch deutsche NPO bedarf allerdings eines sorgfältigen Vorgehens in zwei Schritten: Die deutsche Organisation sollte sich zunächst einem speziellen Anerkennungsverfahren vor den US-Finanzbehörden unterziehen. Darüber hinaus sollte eine Zusammenarbeit mit einer amerikanischen Mittlerorganisation eingegangen oder aber die Gründung einer eigenen US-Partnerorganisation in Angriff genommen werden.

1. SCHRITT: GEMEINNÜTZIG NACH US-RECHT

Die Anerkennung einer deutschen Organisation als tax-exempt charitable organization gem. § 501(c)(3) Internal Revenue Code, dem US-Steuerbuch, steht am Anfang geplanter Fundraisingaktivitäten in den USA. Unabhängig von der Größe der deutschen Organisation und unabhängig davon, ob sie in den USA tätig ist, kann eine solche Anerkennung von den meisten deutschen Organisationen, die im Besitz eines aktuellen Freistellungsbescheids oder einer vorläufigen Bescheinigung der Gemeinnützigkeit sind, erreicht werden. Der Internal Revenue Code lässt es zu, dass auch ausländische Körperschaften den Gemeinnützigkeitsstatus erhalten können. Er hat Vorteile für das Fundraising und befreit die Einrichtung von der Ertragsbesteuerung in den USA, so dass beispielsweise der Quellensteuerabzug auf Erträge aus US-Wertpapieren zukünftig entfällt.

Zuständig für das Antragsverfahren auf Anerkennung ist die US-Finanzbehörde, der *Internal Revenue Service*. Dem umfassenden Antrag müssen zahlreiche Anlagen in englischer Sprache beigelegt werden. Als Faustregel gilt, dass die deutsche Organisation etwa sechs Monate nach Antragstellung vom Internal Revenue Service über die Gewährung des begehrten Status als *charitable organization* informiert wird; im Einzelfall kann es auch schneller gehen. Gelegentlich, insbesondere dann, wenn beim Ausfüllen des Antrags Probleme des US-Steuerrechts nicht berücksichtigt und Rückfragen durch die Behörden erforderlich werden, kann das Verfahren allerdings auch deutlich länger dauern oder sogar eine ablehnende Entscheidung ergehen, die gegebenenfalls angefochten werden muss.

Um den Aufwand für das Anerkennungsverfahren zu vereinfachen, bietet es sich gelegentlich an, dass die deutsche

Empfängerorganisation eine gemeinnützige Tochter, z.B. eine gGmbH, gründet, diese dann das Anerkennungsverfahren in den USA durchläuft und so als eine Art Fundraising- und Servicevehikel für die eigentliche Empfängerorganisation dient.

SERVICE FÜR GEBER

Mit der Anerkennung als gemeinnützig nach US-Recht wird den amerikanischen Förderern das Geben so einfach wie möglich gemacht. Die Bestätigung des Gemeinnützigkeitsstatus durch den Internal Revenue Service, die in Form eines Bescheids ergeht (sog. *determination letter*), erlaubt es der deutschen Organisation, auf zwei Arten amerikanischer Fördergelder zuzugreifen: Zuwendungen von US-NPO, insbesondere von US-Stiftungen, sowie Schenkungen bzw. Zuwendungen von Todes wegen, für die dem Geber schenkungs- bzw. erbschaftsteuerlich vorteilhafte Abzüge eingeräumt werden.

Theoretisch sind Zuwendungen aus den USA zwar auch an deutsche Organisationen möglich, die nicht in den USA als gemeinnützig anerkannt sind. Diese sind aber beim Geldgeber an äußerst komplizierte Aufzeichnungs- und Nachweispflichten geknüpft. Seit den Anschlägen vom 11. September 2001 haben sich die formalen Voraussetzungen für die Förderung ausländischer Organisationen weiter verschärft. In der Praxis sind solche Zuwendungen – insbesondere an Einrichtungen aus Ländern wie Deutschland, die nicht dem common law-Rechtssystem des anglo-amerikanischen Raums folgen – relativ selten. US-Stiftungen weigern sich häufig wegen der hohen formellen Hürden und notwendigen zeitintensiven Überprüfungen, Förderanträgen ausländischer Organisationen zu entsprechen, die nicht in den USA als gemeinnützig anerkannt sind. Gleiches gilt für Schenkungen oder letztwillige Verfügungen durch Privatpersonen oder US-Trusts bzw. Unternehmen, über denen stets das Damoklesschwert der Versagung des steuerlichen Abzugs schwebt, wenn die Verwendung für gemeinnützige Zwecke nicht sichergestellt ist. Ist die Empfängerorganisation dagegen im Sinne des US-Rechts als *charitable organization* anerkannt, können Transferzahlungen nach Deutschland vergleichsweise einfach abgewickelt werden.

TRANSPARENZ

Neben Vorzügen steuerlicher Art und der Möglichkeit der aus rechtlichen Gründen vereinfachten Ansprache von US-Spendern bietet die Anerkennung als *charitable organization* Vorteile auch in rein tatsächlicher Hinsicht: So hat die deutsche Organisation beispielsweise die Möglichkeit, sich in Online-Datenbanken aufnehmen zu lassen und sich dort potenziell



Rockefeller Center in New York City

len Gebern zu präsentieren. Nach der in den USA gelebten Transparenz im Nonprofit-Sektor stellen solche Datenbanken den Interessenten ausführliches Datenmaterial zu den einzelnen charitable organizations zur Verfügung. Amerikanische Spender können sich so über potenzielle Empfänger ihrer Zuwendungen informieren, bevor sie eine Zuwendung tätigen. Wichtige Datenbanken sind beispielsweise die des Internal Revenue Service (sog. *Publication 78*, online unter <http://apps.irs.gov/app/pub78>) oder www.guidestar.org. Eine Organisation, die in den einschlägigen Datenbanken nicht zu finden ist, wird es schwer haben, potenzielle US-Spender von ihrer Seriosität zu überzeugen.

2. SCHRITT: ZUSAMMENARBEIT MIT PARTNERN IN DEN USA

Ist die deutsche Organisation nach US-Recht als gemeinnützig anerkannt, sind Spenden an sie gleichwohl für die amerikanischen Förderer einkommensteuerrechtlich nicht abzugsfähig, da die charitable organization hierfür ihren Sitz in den USA haben müsste. Ein Spendenabzug ist nur im Rahmen der Schenkungs- und Erbschaftsteuer zulässig. Gerade die einkommensteuerlichen Anreize im US-Recht, die dem Zuwendenden steuerliche Abzüge in Höhe von bis zu 50% (Privatpersonen) bzw. 10% (Unternehmen) der Einkünfte erlauben, sind aber für viele Spender wesentliche Motivation für gemeinnütziges Geben.

MITTLER



Durch die Nutzung einer Mittlerorganisation mit Sitz in den USA als Partnerin der deutschen NPO kann der Mangel ausgeglichen werden. Eine solche amerikanische Mittlerorganisation – selbst eine gemeinnützige Einrichtung nach US-Recht – hat die Aufgabe, Zuwendungen von US-Spendern in Empfang zu nehmen und an die deutsche Partnerorganisation unter Befolgung der zahlreichen und komplizierten US-steuerrechtlichen Regelungen, denen das *international grantmaking* unterliegt, weiterzureichen. Die Verwaltungskosten der Mittlerorganisation hat diese selbst zu tragen. Abgesehen davon, dass von den weitergeleiteten Spenden ein geringer Prozentsatz als Gebühr einbehalten wird, fallen für die deutsche Organisation für die Zusammenarbeit daher keine Kosten an. Eine Mittlerorganisation, die sich allein auf die Weiterleitung von Zuwendungen an deutsche Empfängerorganisationen spezialisiert hat, ist „American Friends of Germany, Inc.“ mit Sitz in San Francisco, Kalifornien.

AMERICAN FRIENDS

Alternativ kann auch die Gründung einer eigenen Partnerorganisation in den USA in Betracht gezogen werden. Wesentlicher Vorteil dabei ist, dass der Name der Partnerorganisation einen unmittelbaren Bezug zur deutschen Empfängerorganisation enthält: Die US-Organisation tritt z.B. unter dem Namen „American friends of XYZ“ am Markt auf, wobei XYZ den Namen der deutschen Empfängerorganisation bezeichnet. Potenzielle Spender, die bereits am Namen der US-Partnerorganisation den eigentlichen Begünstigten erkennen, können damit zielgerichtet geworben werden.

Bislang haben sich nur wenige deutsche Organisationen zu diesem Schritt durchringen können. Diese Zurückhaltung hängt im Wesentlichen damit zusammen, dass die Gründung einer Organisation in den USA für das alltägliche Fundraising einer deutschen gemeinnützigen Einrichtung fremd und außergewöhnlich anmutet. Oftmals spielt auch die Unkenntnis über die möglichen finanziellen Vorteile eine Rolle. Viele kleinere deutsche Organisationen werden nicht zuletzt auch durch die Kosten und den Verwaltungsaufwand, den die Gründung einer eigenen US-Organisation mit sich bringt, abgeschreckt.

Ist eine ausgeprägte Spendenbereitschaft für die eigenen Anliegen in den USA erkennbar, kann die Errichtung einer eigenen „American friends of“-Organisation aber durchaus in Erwägung gezogen werden und die zusätzlichen Kosten für die Gründung und den laufenden Betrieb einer eigenen US-Partnerorganisation aufwiegen. Insbesondere für größere deutsche Einrichtungen mit einem jährlichen Spendenaufkommen aus den USA von rund 1 Mio. US-\$ oder für deutsche Hochschulen mit Alumni, von denen eine signifikante Zahl in den USA lebt, dürfte dieser Weg sinnvoll sein. Alle anderen deutschen Einrichtungen sollten sich einer bereits existierenden Mittlerorganisation in den USA anvertrauen.

KURZ & KNAPP

In organisatorischer Hinsicht bedarf das Fundraising deutscher gemeinnütziger Organisationen in den USA einer Anerkennung als charitable organization durch die US-Finanzbehörde. Die Wirksamkeit wird deutlich erhöht durch Einschaltung oder Gründung einer Mittlerorganisation.

ZUM THEMA

Giving USA Foundation (Hrsg.): Giving USA 2006 – Annual Report on Philanthropy for the Year 2005.

im Fachmagazin *Stiftung&Sponsoring*

Keller, Gisela: Long Distance Friends: Eine Fünf-Punkte-Checkliste für das Fundraising in den USA, S&S 5/2006, S. 30-31

Rechtsanwalt Stefan Winheller, LL.M. Tax (USA) ist geschäftsführender Partner der Kanzlei Winheller Rechtsanwälte sowie Mitbegründer und CEO der amerikanischen NPO American Friends of Germany, Inc., www.winheller.com, www.americanfriendsofgermany.org

Wir sorgen für Orientierung in der Welt der Gemeinnützigkeit!

&Stiftung Sponsoring

Seit 1998 ist „Stiftung&Sponsoring“ das führende Fachmagazin für Non-Profit-Management und -Marketing und widmet sich dem gesellschaftlich wichtigen Feld gemeinnütziger Aktivitäten.

Das Magazin erscheint alle zwei Monate und bietet mit seinem breiten Themenspektrum ein

praxisorientiertes Forum für Informationen, Grundlagen- und Fachwissen im Dritten Sektor.

Überzeugen Sie sich von der Qualität des Magazins! Nutzen Sie unser Angebot und testen Sie zwei Ausgaben gratis! Einfach das Formular ausfüllen und per Fax oder Post zurückschicken.

Ja, ich möchte 2 x Stiftung&Sponsoring gratis bestellen:

NAME, VORNAME

STRASSE/HAUSNUMMER

TELEFON

ORGANISATION

PLZ/ORT

EMAIL

Bitte schicken Sie mir die beiden nächsten Ausgaben kostenlos und frei Haus. Wenn ich Stiftung&Sponsoring danach weiterlesen möchte, brauche ich nichts weiter zu tun. Ich erhalte dann 6 Ausgaben im Jahr zum Vorteilspreis von derzeit 126,80 € inklusive MwSt. und Versand (statt 6 x Einzelheft zu je 22,00 € zzgl. Versandkosten). Ansonsten genügt eine kurze Mitteilung an den Verlag bis drei Wochen nach Erhalt des zweiten Heftes.

- Ich zahle gegen Rechnung
- Ich zahle bargeldlos per Bankeinzug

KONTONUMMER

BANKLEITZAHL

Der Bezug verlängert sich um jeweils ein weiteres Jahr, wenn ich nicht acht Wochen vor Ablauf schriftlich kündige.

Widerrufsrecht: Die Bestellung kann ich binnen 2 Wochen nach Bestelldatum (rechtzeitige Absendung genügt) schriftlich beim Stiftung&Sponsoring Verlag, Bleichestraße 305, 33415 Verl, widerrufen.

DATUM, UNTERSCHRIFT

Fax: 05246 9251010
oder nutzen Sie unser Bestellformular unter www.stiftung-sponsoring.de