

# Spenden aus den USA für deutsche Nonprofits

## Erfolgreiches Fundraising in den USA mit der richtigen rechtlichen Strategie

von Stefan Winheller  
RA, Fachanwalt f. SteuerR, LL.M. Tax (USA)



# Spenden aus den USA für deutsche Nonprofits

- Erfolgreiches Fundraising in den USA mit der richtigen rechtlichen Strategie -

Das Thema Fundraising gewinnt für den deutschen Nonprofit-Sektor angesichts rückläufiger staatlicher Unterstützung stetig an Bedeutung. Fundraising in Deutschland stützt sich dabei in vielerlei Hinsicht auf das Wissen und die jahrzehntelangen Erfahrungen des Vorbilds USA. Der US-Nonprofit-Sektor ist sowohl der größte als wohl auch der am professionellsten geführte Nonprofit-Sektor der Welt.

Modernes deutsches Fundraising ist daher heute weit mehr als bloße passive Bittstellertätigkeit. Es bedeutet aktives, strategisch geplantes Zugehen auf potentielle Spender mit dem Ziel, eine win-win-Situation zu schaffen: die Förderung sowohl der gemeinnützigen Zwecke der Organisation als auch der altruistischen wie steuerlich- und betrieblich-eigennützigen Ziele des Spenders bzw. Sponsors.

Trotz des intensiven amerikanischen Einflusses auf den deutschen Fundraisingmarkt ist deutschen Nonprofit-Organisationen bislang eine Förderquelle nahezu unbekannt geblieben, mit der sie ihren Mittelzufluss in erheblichem Umfang ausbauen können: Der US-Nonprofitmarkt selbst.

► **Empfehlung:** Geschickte rechtliche Planung verschafft deutschen Nonprofit-Organisationen die Möglichkeit, unmittelbar vom US-Nonprofitmarkt zu profitieren und auf jährliche Spendengelder in Milliardenhöhe aus den USA zuzugreifen.

## I.) US-Stiftungen verteilen jedes Jahr Milliardenbeträge an ausländische Nonprofit-Projekte

Allein US-amerikanische Stiftungen schütten jedes Jahr über 3 Milliarden US-Dollar für gemeinnützige Projekte außerhalb der USA aus – mit steigender Tendenz sowohl hinsichtlich des absoluten Betrags als auch in Relation zu den Summen, die in gemeinnützige Projekte in den USA selbst fließen. Große wie kleine Stiftungen sind im *international grantmaking* aktiv. Westeuropa belegt in der Rangordnung der wichtigsten Zuwendungsempfänger hinter dem asiatischen Raum den zweiten Platz.

Deutsche Nonprofit-Organisationen, deren gemeinnützige Zwecke unter eine der folgenden – freilich nicht abschließenden – Kategorien fallen, können zuallererst mit Zuwendungen durch US-Nonprofit-Organisationen rechnen:

- Gesundheit im Allgemeinen, medizinische Forschung
- Kampf gegen HIV/AIDS, Malaria und andere Pandemien

- ▶ Frieden und Sicherheit sowie Terrorismusprävention
- ▶ Landwirtschaftlicher Fortschritt
- ▶ Förderung von Menschenrechten und Demokratie
- ▶ Völkerverständigung und Austauschprogramme
- ▶ Gleichberechtigung der Geschlechter und Bekämpfung der Unterdrückung von Frauen
- ▶ Kunst, Kultur und Bewahrung historischer Kulturgüter
- ▶ Bildung und Erziehung, Hochschul- und Bibliothekswesen
- ▶ Fürsorge armer und Hunger leidender Menschen
- ▶ Entwicklungshilfe und Umweltschutz
- ▶ Wissenschaft und Technik
- ▶ Religion
- ▶ jegliche Förderung der Zivilgesellschaft.

## II.) Schenkungen, Spenden und Verfügungen von Todes wegen durch US-Bürger und US-Unternehmen

Die zweite milliardenschwere US-Finanzquelle für gemeinnützige Projekte außerhalb der USA sind Schenkungen und Verfügungen von Todes wegen durch US-Bürger sowie Zuwendungen durch US-Trusts und US-Unternehmen. Zur ideellen, altruistischen Motivation der Geber gesellen sich schenkungs-, erbschafts- und gegebenenfalls einkommenssteuerliche Vorteile sowie – im Unternehmensbereich – Gesichtspunkte der Öffentlichkeitsarbeit und des Marketings.

## III.) Rechtliche Schritte zur Teilhabe deutscher Organisationen am Vergabekuchen

Unter deutschen Fundraisern scheint es sich bislang nur vereinzelt herumgesprochen zu haben, dass auch deutsche Organisationen von den jährlichen Milliardenzahlungen aus den USA profitieren können. Die drei ineinander greifenden und aufeinander aufbauenden rechtlichen Konzepte, die sich in diesem Zusammenhang für deutsche Organisationen anbieten, sollen im Folgenden vorgestellt werden.

### *1. Der Grundstein: Anerkennung der deutschen Nonprofit-Organisation als gemeinnützig nach US-amerikanischem Recht*

Als erster rechtlicher Schritt auf dem Weg zu Spendengeldern aus den USA bietet es sich für die deutsche Organisation in der Regel an, die Anerkennung als gemeinnützig im Sinne des amerikanischen Steuerrechts zu beantragen.

Unabhängig von der Größe der Organisation und gleich, ob die deutsche Organisation bislang in den USA tätig ist, ist eine solche Anerkennung für die meisten deutschen Nonprofit-

Einrichtungen möglich. In der Regel gewährt die US-Finanzverwaltung etwa 6 Monate nach Stellung des Antrags den begehrten Status als gemeinnützige Organisation nach US-Recht. Damit ist der Grundstein gelegt, einen Teil der amerikanischen Gelder aus Zuwendungen von US-Nonprofit-Organisationen sowie Schenkungen und Erbschaften zu erhalten.

Theoretisch sind Zuwendungen aus den USA zwar auch an deutsche Organisationen möglich, die nicht in den USA als gemeinnützig anerkannt sind. Sie sind allerdings auf Seiten des Geldgebers 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 Zuwendungen an ausländische Organisationen – insbesondere aus Ländern wie Deutschland, die nicht dem *common law*-Rechtssystem des anglo-amerikanischen Raums folgen – selten. US-Stiftungen weigern sich in aller Regel wegen der hohen formellen Hürden, Förderanträgen ausländischer Organisationen nachzukommen, die nicht in den USA als gemeinnützig anerkannt sind. Gleiches gilt für Schenkungen und/oder Verfügungen von Todes wegen durch Privatpersonen oder US-Trusts/US-Unternehmen.

► **Empfehlung:** Oberstes Gebot ist es, den amerikanischen Förderern das Geben so einfach wie möglich zu machen. Mit einer Anerkennung als gemeinnützig nach US-amerikanischem Recht wird dieses Ziel am besten erreicht. Unproblematisch ist dann das Einwerben von Fördermitteln durch US-Stiftungen sowie von Schenkungen und Erbschaften aus den USA möglich.

Als nach US-amerikanischem Recht anerkannte gemeinnützige Einrichtung ist die deutsche Organisation in der Regel zur Abgabe jährlich wiederkehrender Erklärungen gegenüber den US-Finanzbehörden verpflichtet. Mittels Zwischenschaltung einer gemeinnützigen deutschen Tochtergesellschaft lassen sich diese Erklärungspflichten aber meist auf ein erträgliches Maß reduzieren.

## 2. Schritt Nummer Zwei: Nutzung einer Mittlerorganisation in den USA

Trotz erfolgter Anerkennung der Organisation als gemeinnützig nach US-amerikanischem Recht sind Spenden an die deutsche Organisation für die amerikanischen Spender *einkommenssteuerlich* nicht abzugsfähig – ein Spendenabzug ist, mit Ausnahme von Zuwendungen durch Trusts, nur im Rahmen der *Schenkungs- und Erbschaftssteuer* zulässig. Gerade einkommenssteuerliche Anreize sind aber für viele Spender wesentliche Motivation für gemeinnütziges Geben.

Durch die Nutzung einer Mittlerorganisation als Partner der deutschen Nonprofit-Organisation kann dieser Mangel behoben werden. Eine solche amerikanische Mittlerorganisation – selbst eine gemeinnützige Einrichtung – hat die Aufgabe, US-Spendengelder in Empfang zu nehmen und an die deutsche Partnerorganisation weiterzureichen. Wegen des Sitzes der Mittlerorganisation in den USA ermöglicht diese

Gestaltung des Einwerbens aller denkbaren US-Fördermittel: Zuwendungen durch US-Stiftungen, schenkungs- und erbschaftssteuerlich vorteilhafte Zuwendungen, aber eben auch einkommenssteuerlich abzugsfähige Spenden.

Die Gründung einer eigenen Mittlerorganisation in den USA ist bislang nur von wenigen deutschen gemeinnützigen Organisationen in die Tat umgesetzt worden. Dies liegt freilich nicht daran, dass die Effektivität der Maßnahme angezweifelt würde. Die Vorteile einer eigenen Mittlerorganisation sind unbestritten. Seit vielen Jahren wird das Konzept in den USA erfolgreich eingesetzt, um ausländische Organisationen in ihren gemeinnützigen Aktivitäten zu unterstützen. Die bisherige Zurückhaltung deutscher Organisationen hängt im Wesentlichen damit zusammen, dass die Gründung einer Organisation in den USA im alltäglichen Fundraisinggeschäft einer deutschen gemeinnützigen Einrichtung fremd und außergewöhnlich anmutet. Oftmals spielt auch die Unkenntnis über die möglichen finanziellen Vorteile eine Rolle. Viele kleinere deutsche Nonprofits werden nicht zuletzt auch durch die Kosten und den Verwaltungsaufwand, den die Gründung einer eigenen US-Organisation mit sich bringt, von der Errichtung einer solchen Organisation abgeschreckt.

► **Empfehlung:** Verzichten müssen deutsche Nonprofits auf die Vorteile einer US-Mittlerorganisation in keinem Fall. Eine als Dachorganisation ausgestaltete Mittlerorganisation macht es möglich – ohne zusätzliche Kosten für die deutsche Organisation. Eine Dachorganisation, 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 und Geschäftsleitung in Deutschland.

Die Bezeichnung als *Dachorganisation* verdeutlicht, dass es sich hierbei nicht um eine eigene von der deutschen Organisation gegründete US-Organisation handelt. Vielmehr nutzt die deutsche Organisation die Vorteile einer bereits existierenden Mittlerorganisation. Diese vereinnahmt nicht nur für eine deutsche Partnerorganisation Spendengelder in den USA, sondern für eine Vielzahl deutscher Einrichtungen. Sie befolgt dabei die zahlreichen und komplizierten US-rechtlichen Regelungen, denen das *international grantmaking* unterliegt. Die Verwaltungskosten der US-Dachorganisation trägt diese selbst. Einen geringen Prozentsatz der Spendenmittel behält sie zur Deckung ihrer Kosten ein. Die deutsche Organisation wird mit zusätzlichen Kosten also nicht belastet, kommt aber dennoch in den Genuss einkommenssteuerlich abziehbarer Spenden aus den USA.

### *3. Die Alternative zur US-Dachorganisation: Gründung einer eigenen Mittlerorganisation in den USA*

Die Spendenbereitschaft amerikanischer Bürger, Trusts, Stiftungen und Unternehmen kann zunächst durch die Anerkennung als gemeinnützig nach US-amerikanischem Recht und eine Kooperation mit einer Mittlerdachorganisation ausgelotet werden. Ist eine größere, die zusätzlichen Kosten aufwiegende Spendenbereitschaft erkennbar, kann die Errichtung einer eigenen US-Mittlerorganisation in Erwägung gezogen werden. Als Daumenregel lässt sich

sagen, dass die zu erwartende Spendenhöhe hierfür bei jährlich 1 Million US-Dollar oder mehr liegen sollte.

Eine eigene Mittlerorganisation kann gegenüber einer Dachorganisation gewisse Vorteile haben:

- ▶ Im sensiblen Geschäft des Einwerbens von Zuwendungen sind Professionalität und Seriosität von großer Wichtigkeit. Eine im *international grantmaking* erfahrene Dachorganisation vermittelt diese Werte. Eine eigene US-Organisation mit eigenem Personal und eigener Geschäftsadresse in den USA erreicht den mit Abstand höchsten Grad an eben diesen Eigenschaften.
- ▶ Der Name einer eigenen Mittlerorganisation enthält einen unmittelbaren Bezug zur deutschen Partnerorganisation: Die US-Organisation tritt gewöhnlicherweise unter dem Namen „American friends of XYZ“ am Markt auf, wobei XYZ den Namen der deutschen Organisation bezeichnet. Potentielle Spender, die bereits am Namen der Organisation den Spendenzweck erkennen, können damit zielgerichtet geworben werden.
- ▶ Eine eigene Mittlerorganisation ermöglicht ferner das selbständige Betreiben von Fundraisingaktivitäten in den USA. Das Fundraising kann direkt aus den USA heraus, von im US-Fundraising erfahrenen Personen, übernommen werden, die die gesamte Bandbreite möglicher Fundraisingaktivitäten ausschöpfen können. Nicht selten erhält die deutsche Partnerorganisation durch ihre Mittlerorganisation aus erster Hand Anschauungsunterricht in der Kunst professionellen Fundraisings. Die so gewonnenen Erkenntnisse lassen sich häufig für die Spendenwerbung in Deutschland fruchtbar machen.

▶ **Empfehlung:** Vor allem für Organisationen, die die erhöhten Kosten und den nicht unerheblichen Verwaltungsaufwand schultern können, die die Gründung und vor allem der laufende Betrieb einer selbständigen US-Organisation mit sich bringen, und die eine verstärkte Spendenbereitschaft in den USA vermuten, kann die Errichtung einer eigenen Mittlerorganisation eine sinnvolle Alternative sein.

Eine erhöhte Spendenbereitschaft kann beispielsweise bei deutschen Hochschulen anzutreffen sein, deren Alumni sich zum Teil in den USA befinden. Gleiches gilt immer dann, wenn es der deutschen Organisation gelingt, die Verbundenheit der US-Spender zu Deutschland im Allgemeinen oder zum jeweiligen gemeinnützigen Projekt der deutschen Organisation im Speziellen anzusprechen.

#### IV. Modernes Fundraising in den USA – Ansprache der potentiellen Spender

Steht der deutschen Organisation der US-Nonprofit-Markt nach erfolgreicher Umsetzung der genannten rechtlichen Konzepte offen, gilt es, entsprechende Fundraisingaktivitäten zu starten. Die konkreten Aktivitäten sind nach erfolgreicher Anerkennung der deutschen

Organisation durch die US-Behörden von der deutschen Organisation selbst zu übernehmen. Gleiches gilt im Wesentlichen bei Inanspruchnahme einer Mittlerdachorganisation. Im Fall der Gründung einer eigenen Mittlerorganisation in den USA liegen die Aktivitäten im Verantwortungsbereich der US-Organisation.

Wie in Deutschland ist das Einwerben von Spenden auch in den USA kein Selbstläufer, sondern bedarf einer langfristigen Fundraisingstrategie. An dieser Stelle seien nur ein paar wenige Tipps für ein erfolgreiches Fundraising in den USA gegeben. In jedem Fall lohnt die *Zusammenarbeit mit einem professionellen Fundraiser*, der mit den Besonderheiten des US-Nonprofit-Marktes vertraut ist und – das wird häufig unterschätzt – sich vor allem mit den speziellen Befindlichkeiten US-amerikanischer Spender gut auskennt und daher wertvolle Hilfestellungen geben kann.

Förderanträge können an eine Vielzahl von US-Stiftungen und sonstige US-Nonprofit-Organisationen gestellt werden, die daraufhin Zuwendungen tätigen können. *Eine Übersicht aller Förderprogramme von US-Stiftungen kann – jährlich aktualisiert – der einschlägigen Literatur entnommen werden* (Bsp: The Foundation Center, Grants for Foreign and International Programs). In der Regel ist eine umfangreichere Recherche nur im ersten Jahr der Antragstellung erforderlich. Sind die einschlägigen Förderorganisationen, die für die gemeinnützigen Programme der deutschen Organisation in Betracht kommen, erst einmal selektiert, ist in den Folgejahren der Rechercheaufwand überschaubar. Förderanträge können häufig – dem Internet sei dank – unkompliziert online bei der jeweiligen US-Nonprofit-Organisation eingereicht werden – und zwar Jahr für Jahr aufs Neue.

Zur Anregung der Spendenbereitschaft durch Privatpersonen oder Unternehmen stehen verschiedene Möglichkeiten zur Verfügung. Soweit die gemeinnützigen Zwecke der deutschen Organisation nicht sowieso die gesamte US-Bevölkerung ansprechen, richten sich die Fundraising-Aktivitäten sinnvollerweise an die deutsche Community in den USA, die mit rund 42,8 Millionen(!) Menschen (Quelle: US Census Bureau, <http://www.census.gov/prod/2004pubs/c2kbr-35.pdf>) einen beachtlichen Teil der amerikanischen Bevölkerung ausmacht. Das Interesse deutschstämmiger Amerikaner an Deutschland ist außerordentlich groß – das gilt gerade auch dann, wenn die einzig verbliebene Beziehung zu Deutschland der deutsche Nachname ist. Die Verbindung zu Deutschland wird häufig in Vereinen, Clubs und zahlreichen „deutschen“ Gemeinden in den USA gepflegt. Deutschsprachige Medien, vor allem Zeitungen, TV, Radio und Internet ermöglichen die unproblematische und *direkte Ansprache der deutschen Community – seien es Privatpersonen oder deutsche Unternehmen in den USA*. Anlaufstellen für Deutsche im Ausland, wie die Goethe-Institute oder die Deutschen Konsulate, können ebenfalls in die Fundraising-Aktivitäten einbezogen werden.

Vielfach bietet sich auch die direkte Ansprache potentieller Spender an – sofern deren Anschrift bekannt ist. Möglich ist das zum Beispiel regelmäßig für deutsche Hochschulen mit Alumni in den USA. *In den USA ist unter Alumni die Bereitschaft, an die Alma Mater zu spenden, traditionell sehr groß*. Dies allein nutzt freilich wenig, wenn die vorhandene Spendenbereitschaft nicht geweckt wird. Dies geschieht z.B. mittels regelmäßiger

persönlicher Anschreiben, in denen der Ehemalige über Neuigkeiten an der Hochschule informiert und zum Spenden angeregt wird. Existiert eine eigenständige „American Friends of“-Organisation, lassen sich Spenden zusätzlich mittels *Galas, Diskussionsveranstaltungen oder ähnlichen Fundraising-Events* einwerben. Abhängig vom Grad der Professionalität der jeweiligen Fundraisingaktivitäten und vom Renommee der deutschen Hochschule sollte es so möglich sein, jährlich Mittel in Höhe mehrerer Millionen Dollar zu generieren.

Soweit es um die Einwerbung von Spenden durch Unternehmen geht, muss sich die Ansprache nicht auf deutsche Unternehmen in den USA beschränken. Vielmehr sollten gerade auch *US-Unternehmen, die Tochtergesellschaften oder Zweigniederlassungen in Deutschland unterhalten*, mit in den Blick genommen werden. Gelder für (meist lokale) soziale Zwecke zur Verfügung zu stellen, gehört in den USA zur Öffentlichkeitsarbeit eines jeden gut geführten Unternehmens. Zur Unterstützung des Marketings ihrer deutschen Tochtergesellschaften/Niederlassungen fördern US-Unternehmen gerne auch in Deutschland entsprechende soziale Projekte. Sofern die Spendenentscheidung – wie häufig – aus den USA heraus und nicht von der deutschen Tochter/Niederlassung getroffen wird und die deutsche Nonprofit-Organisation mit einer „American Friends of“-*(Dach-)Organisation* zusammenarbeitet, lässt sich die Spendenbereitschaft des US-Unternehmens durch einen einfachen *Hinweis auf den nunmehr möglichen steuerlichen Spendenabzug* gelegentlich erheblich erhöhen.

## V. Nur wer handelt, kann profitieren

Es sprechen keine vernünftigen Gründe dafür, auf die Mittel, die der US-Nonprofit-Markt auch deutschen Nonprofit-Einrichtungen bereitstellt, zu verzichten.

► **Empfehlung:** Nur wer handelt, kann von den bereitgestellten US-Geldern profitieren. Ein Ignorieren der Möglichkeiten führt zum Wettbewerbsnachteil im Kampf um Spendengelder im Vergleich zu all denjenigen Organisationen, die das US-Fundraising als zukunftssträchtige Einnahmequelle bereits entdeckt haben und in naher Zukunft entdecken werden. Die Kosten für die Installation der rechtlichen Konzeption sind überschaubar; die Aussichten auf neue Finanzierungsquellen attraktiv.

Das Schaffen der rechtlichen Grundvoraussetzungen für ein erfolgreiches Fundraising in den USA gehört in die Hand eines spezialisierten Rechtsanwalts. Die Gründung einer eigenen Mittlerorganisation, der Antrag auf Anerkennung als gemeinnützige Organisation im Sinne des US-Rechts sowie die Planung der Zusammenarbeit mit einer Mittlerdachorganisation verlangen umfassende Kenntnisse sowohl des deutschen als auch des US-amerikanischen Gemeinnützigkeitsrechts und überdies kompetente Rechtsanwälte vor Ort in den USA.

Steht das rechtliche Konzept, eröffnet sich ein dem Zugriff der deutschen Organisation bislang verborgen gebliebener Milliardenmarkt, den es durch effektive Fundraisingstrategien zu erschließen gilt.



Zum Verfasser:

Rechtsanwalt Stefan Winheller ist geschäftsführender Partner der Kanzlei WINHELLER Rechtsanwälte in Frankfurt am Main und berät deutsche Nonprofit-Organisationen in allen Fragen des deutschen und US-amerikanischen Gemeinnützigkeitsrechts.

Ein Schwerpunkt seiner Tätigkeit ist die Gestaltung steuerbegünstigter Transfers von Spenden aus den USA nach Deutschland, die Durchführung von Anerkennungsverfahren deutscher NPOs nach US-amerikanischem Recht sowie die Gründung von und die Zusammenarbeit mit „American friends of“- (Dach-)Organisationen in den USA zu Fundraisingzwecken. Zur Unterstützung seiner Beratungsleistungen unterhält die Kanzlei Kooperationen mit spezialisierten Rechtsanwälten, Steuerberatern und Fundraisingexperten in den USA.

Stefan Winheller studierte an den Universitäten Heidelberg, Bielefeld und Köln Jura mit dem Schwerpunkt Steuerrecht und absolvierte nach der Zulassung als Rechtsanwalt ein Aufbaustudium im US-amerikanischen Steuerrecht an der Golden Gate University, San Francisco/USA. Seit Abschluss des deutschen Studiums konzentriert sich Herr Winheller auf das deutsche Gemeinnützigkeitsrecht.

Rechtsanwalt Winheller ist Mitbegründer und CEO der amerikanischen Nonprofit-Organisation „American Friends of Germany, Inc.“, die deutsche Nonprofit-Organisationen in ihren Fundraising-Aktivitäten in den USA unterstützt.

► Haftungsausschluss:

Die im Beitrag enthaltenen rechtlichen Hinweise verstehen sich nur als unverbindliche Information und ersetzen keine ausführliche rechtliche Beratung unter intensiver Würdigung des jeweiligen Einzelfalls. Für den Inhalt des Beitrags muss daher jedwede Haftung ausgeschlossen werden.

Vielen Dank für Ihr Verständnis!



## **WINHELLER Rechtsanwälte**

Corneliusstr. 34  
D-60325 Frankfurt am Main

Tel.: +49 (0)69 76 75 77 80  
Fax: +49 (0)69 76 75 77 810

E-Mail: [info@winheller.com](mailto:info@winheller.com)  
Internet: <http://www.winheller.com>

Frankfurt | Karlsruhe | Shanghai