

Organisation & Finanzen

Artikel

FU Berlin: Umgeben von falschen Freunden?

Wie US-Fundraising (nicht) funktioniert / von Stefan Winheller

Ihr Fundraising in den USA bringt die Freie Universität Berlin derzeit medial in Bedrängnis. „Der Spiegel“, „Die Welt“, der „Tagesspiegel“ und weitere Blätter berichteten in den vergangenen Tagen darüber, wie die FU Berlin in New York eine Million Euro „versenkt“ (so Spiegel online v. 21.05.2010) habe; gar von einem „Millionenskandal“ (so Tagesspiegel online v. 23.05.2010), der mittlerweile den Rechnungshof und die Politik beschäftigt, ist die Rede.

Errichtung der Friends of Freie Universitaet Berlin, Inc. in den USA

Hintergrund des plötzlichen Medienrummels: vor rund 7 Jahren initiierte die FU Berlin die Gründung einer Förderkörperschaft mit Sitz in New York. Die „Friends of Freie Universitaet Berlin, Inc.“ ist im weitesten Sinne vergleichbar einem klassischen deutschen Förderverein, wie er hierzulande an nahezu jeder Schule oder sonstigen öffentlichen Einrichtung anzutreffen ist. Wesentlicher Zweck einer US-amerikanischen Förderkörperschaft ist die Akquise von Spendenmitteln in den USA für die deutsche Empfängerkörperschaft, sprich: die FU Berlin. Nur der Einsatz einer solchen US-Förderkörperschaft ermöglicht dem amerikanischen Spender einen steuerlichen Spendenabzug; direkte Spenden aus den USA an eine deutsche Uni wären steuerlich hingegen nicht begünstigt.

Gut gedacht, nicht gut gemacht

Der von den Medien zum Skandal erhobene Vorgang ist bei näherer Betrachtung also nur eingeschränkt skandalverdächtig. Mit ihrem Engagement in den USA hat sich die FU Berlin eines international üblichen und bewährten Instruments bedient, um im Ausland Spenden einzuwerben und Fundraising zu betreiben. Unter größeren gemeinnützigen Einrichtungen ist es zunehmend üblich, in Ländern, die Spendenpotential vermuten lassen, entsprechende Förderkörperschaften zu errichten (das gilt übrigens auch umgekehrt für ausländische NPOs, die in Deutschland verstärkt Fördervereine gründen). Für ein Engagement in den USA bestens geeignet sind – was seit langem bekannt ist (vgl. zuletzt Winheller in S&S [2/2007](#), S 39; siehe auch: [Winheller, Spenden aus den USA für deutsche Nonprofits](#),) – insoweit „Friends-of“-Organisationen. Dass das Konzept auch tatsächlich funktioniert, lässt sich beispielsweise den öffentlich einsehbaren Steuererklärungen der US-Förderkörperschaft des Pariser Louvre „American Friends of the Louvre, Inc.“ entnehmen, die seit Jahren überaus erfolgreich auf dem US-Spendenmarkt agiert ([2005](#), [2006](#), [2007](#)).

Skandalträchtig ist also weniger die Tatsache, dass sich die FU Berlin bemüht, ihre internationalen Alumni und möglichen Förderer über international angelegte Fundraisingmaßnahmen anzusprechen, als vielmehr die offenbar wenig professionelle Vorbereitung und Umsetzung des an sich gut gedachten Vorhabens. Es darf vermutet werden, dass die US-Förderkörperschaft tatsächlich nie hätte errichtet werden dürfen – nicht, weil man nachher immer schlauer ist, sondern weil eine eherne Daumenregel die Errichtung einer eigenen Förderkörperschaft in den USA erst ab zu erwartenden Spendeneinnahmen von jährlich

rd. 1 Mio US-\$ erlaubt: Anlaufkosten und Kosten für die laufende Unterhaltung – insb. für Miete, Personal und Fundraising inkl. Charity-Dinners – zehren ansonsten die Spendeneinnahmen auf, ohne dass ausreichende Mittel zur Weitergabe nach Deutschland übrig blieben. Diesen Richtwert von 1 Mio. US-\$ hat die Friends-Of-Organisation der FU Berlin bekanntlich nie erreicht (vgl. die Steuererklärungen für [2003](#), [2004](#), [2005](#), [2006](#), [2007](#), [2008](#), in denen die in der Presse diskutierten 200.000 €, die im Durchschnitt pro Jahr von Berlin nach New York transferiert worden sein sollen, sogar mitberücksichtigt sein dürften). Die erhebliche Abweichung vom Richtwert legt den für die FU wenig schmeichelhaften Schluss nahe, dass entweder zu Beginn des US-Engagements eine sorgfältige Spendenpotentialanalyse unterblieb oder aber ein umfassendes professionelles (und selbstverständlich auch Kosten verursachendes) Fundraisingkonzept trotz der Aussicht auf entsprechend hohe Spendeneinnahmen nie konsequent umgesetzt wurde.

Aus Fehlern lernen

Fundraising in den USA ist und bleibt für viele Organisationen interessant – wenn man es richtig anstellt und sich der tatsächlichen und rechtlichen Schwierigkeiten, die mit dem Einwerben von Geldern im Ausland verbunden sind, bewusst ist. Wichtig für ein erfolgreiches Auslandsengagement sind unter anderem folgende Aspekte:

1. An die Errichtung einer eigenen US-Förderkörperschaft sollte gedacht werden, wenn in den USA Spenden in Höhe von jährlich etwa 1 Mio. US-\$ zu erwarten sind. Ist das nicht der Fall, sollten Alternativen ins Kalkül gezogen werden. In Frage kommt bspw. die Einschaltung einer sog. Mittlerorganisation, die die Funktion einer Förderkörperschaft erfüllt, aber nicht ausschließlich mit einer einzigen deutschen Empfängerkörperschaft kooperiert, sondern mit einer Vielzahl deutscher Organisationen. Erhebliche Kosteneinsparungen sind die Folge (abgesehen von den auch in diesem Fall auflaufenden Kosten für die Beschäftigung eines Fundraisers in den USA wird lediglich eine prozentuale Beteiligung an den tatsächlich geflossenen Spenden fällig). Eine noch junge, aber nicht weniger engagierte Mittlerorganisation, für die der Autor selbst ehrenamtlich tätig ist, ist bspw. „American Friends of Germany, Inc.“, www.afog-usa.org.

2. Der Einsatz einer Förderkörperschaft in den USA verlangt, die US-Partnerkörperschaft als selbständiges und unabhängiges Unternehmen zu akzeptieren. Will der US-Spender seinen steuerlichen Spendenabzug nicht gefährden, wird er die Förderkörperschaft in keinem Fall verbindlich anweisen, die Spendengelder an eine bestimmte Empfängerkörperschaft in Deutschland zu überweisen. Derlei „earmarked donations“ würden zur Versagung des steuerlichen Spendenabzugs führen. Der Spender darf höchstens eine Empfehlung aussprechen; in der Regel wird sich die Förderkörperschaft dann auch daran halten. Das Letztentscheidungsrecht muss aus US-steuerrechtlichen Gründen aber in der Tat bei der US-Förderkörperschaft verbleiben. Von daher geht die der Presse zu entnehmende Entrüstung, die US-Förderkörperschaft habe Gelder abredewidrig nicht an die FU Berlin weitergeleitet, sondern zur Deckung der eigenen Kosten verwendet, an der Sache vorbei. Sie zeugt vielmehr von einem fehlenden Verständnis für das gesamte rechtliche Konzept und einer falschen Erwartungshaltung.

3. Die Selbständigkeit der US-Förderkörperschaft bedingt, dass sie sich selbst um ihre Rechte und Pflichten, speziell auch steuerlicher Art, kümmern muss. Steuererklärungspflichten sollten in den USA penibel befolgt werden. Ob die Friends of Freie Universitaet Berlin, Inc. dem immer

nachgekommen ist, scheint den Presseaussagen zufolge und gemäß den vorliegenden Steuererklärungen (s.o.) fraglich. Die Zahlen, die sich den Steuererklärungen in Bezug auf den sog. „Public Support Test“ entnehmen lassen, sind jedenfalls nicht ohne weiteres nachvollziehbar. Nur dann, wenn die Förderkörperschaft diesen Test erfüllt, sind Spenden an sie aber im höchsten Umfang nach US-Recht abziehbar und Zahlungen von der US-Förderkörperschaft an die deutsche Empfängerkörperschaft ohne größeren rechtlichen Aufwand zulässig.

4. Fundraising bedeutet aktives Zugehen auf potentielle Spender. Die Kooperation mit einer US-Mittlerorganisation hat ebensowenig Erfolg wie die Errichtung einer eigenen US-Förderkörperschaft, wenn in den USA nicht aktiv – ggf. personell unterstützt durch die deutsche Empfängerorganisation – um Spenden geworben wird, sondern die falsche Vorstellung vorherrscht, das Geld werde allein deswegen fließen, weil man nun in den USA präsent ist.

5. US-Fundraising ist das i-Tüpfelchen auf ein erfolgreiches deutsches Fundraising. Deutsche Einrichtungen, die nicht in der Lage sind, in Deutschland professionell Fundraising zu betreiben, haben auf dem US-Markt nichts verloren. Kein US-Amerikaner wird spenden, wenn ihm kommuniziert wird, dass der Empfänger aus der Not heraus nun in den USA sein Glück versucht, weil er in Deutschland keinen Erfolg hat. Andererseits: Hochschulen mit ausländischen Alumni und einem funktionierenden Alumninetzwerk sind prädestiniert für ein erfolgreiches Fundraising im Ausland, haben sie im Ausland doch wie kaum eine andere gemeinnützige Einrichtung bereits die entsprechenden Kontakte, die für Marketingmaßnahmen fruchtbar gemacht werden können.

Frühzeitig gut beraten ist die halbe Miete

Der Tagesspiegel schließt seinen Bericht „FU-Skandal: Jetzt schaltet sich der Rechnungshof ein“ (Tagesspiegel Online v. 25.5.2010) mit der Feststellung, dass sich nun „teure“ Anwälte mit der Angelegenheit befassen müssten, da unklar sei, wer die „hohen Kosten der Abwicklung“ zu tragen habe – „der Verein oder die FU“.

Abgesehen davon, dass die Frage nach der Pflicht zur Kostentragung recht einfach zu beantworten sein dürfte – sofern es an einer ausdrücklichen Kostenübernahme seitens der FU fehlt, muss sich die US-Körperschaft um ihre Angelegenheiten, mithin auch um ihre Auflösung, selbst kümmern -, ist der „FU-Skandal“ ein anschauliches Beispiel dafür, wie günstig gute Anwaltsarbeit in Wahrheit ist. Die „versenkte“ Million hätte sich die FU ohne weiteres gespart, hätte sie von Beginn an den Rat eines erfahrenen Anwalts gesucht. Eine Friends of Freie Universitaet Berlin, Inc. hätte es dann vermutlich nie gegeben. (27/05/10)

Stefan Winheller, LL.M. Tax (USA), Rechtsanwalt und Fachanwalt für Steuerrecht, ist geschäftsführender Partner der Kanzlei WINHELLER Rechtsanwälte. Die Kanzlei bietet bundesweit umfassende Rechts- und Steuerberatung für deutsche Verbände, Vereine und Stiftungen. Sie berät ferner in Fragen zum internationalen, speziell zum deutsch-amerikanischen Spendenrecht.

Kontakt:

WINHELLER Rechtsanwälte
Corneliusstr. 34

60325 Frankfurt am Main

Tel. +49 69 76 75 77 80

Fax. +49 69 76 75 77 810

E-mail: info@winheller.com

Webseite: www.winheller.com