

Umfrage:
Strategisches Handeln
von Stiftungen » » » S. 19

Steuerrecht:
Vorsicht beim
Fundraising! » » » S. 78

Tipps zum Datenschutz
in Stiftungen » » » S. 84

Klein, aber kraftvoll

Rückenwind für kleine Stiftungen – ein Serviceheft



INHALT 02-2014



STIFTUNGSWELT DIGITAL LESEN
www.stiftungen.org/digital

SCHWERPUNKT: KLEINE STIFTUNGEN

- 10 **_____ Erfolgreich mit immateriellem Kapital** Plädoyer für kleine Stiftungen » » » Prof. Dr. Hans Fleisch
- 16 **_____ „Nicht jede kleine Stiftung entbehrt einer Existenzgrundlage.“** Interview mit Prof. Dr. Peter Rawert und Prof. Dr. Rainer Hüttemann » » » Timon Pohl
- 19 **_____ Strategisches Handeln kleiner Stiftungen** » » » Dr. Antje Bischoff und Sandra Hagedorn
- 21 **_____ „Zuvielfalt“?** Das Stiftungsprofil schärfen » » » Florian Hinze
- 22 **_____ Motor Mensch** Wie das Engagement von Einzelnen kleine Stiftungen vorantreibt – Interview mit Irmgard Reichstein » » » Timon Pohl
- 24 **_____ Ehrenamtliche Vorstände gesucht!** Führungskräfte gewinnen » » » Katrin Matuschek
- 26 **_____ Weniger ist manchmal mehr** Sieben Tipps für Öffentlichkeitsarbeit mit wenig Mitteln » » » Dr. Cinderella Freifrau von Dungen
- 28 **_____ Praxistipps für Fundraiser** 13 Ratschläge – nicht nur für kleine Stiftungen » » » Paul Dalby, Anna Findert und Martin Käthler
- 31 **_____ Online-Fundraising als Chance?** Ein kurzer Überblick » » » Maik Meid
- 32 **_____ Turbo pro bono** Wie man Pro-bono-Ressourcen einwirbt » » » Claudia Leibner
- 34 **_____ Wer macht weiter?** Verwaltungslösungen für kleinere Stiftungen » » » Dr. Christoph Mecking
- 36 **_____ Zusammen ist man weniger allein** Wie kleine Stiftungen von Kooperationen profitieren – und was rechtlich zu beachten ist » » » Dr. Wiebke Rasmussen und Dr. Stefan Stolte
- 38 **_____ Vermögensanlage für kleine Stiftungen** » » » Peter Anders
- 40 **_____ Service** Digitale Tools für kleine Stiftungen

TITELBILD

Kleine Menschen vor großen Herausforderungen: Der Fotograf David Gilliver hat uns seine künstlerischen Motive für dieses Heft kostenlos zur Verfügung gestellt.

Mehr Infos: siehe S. 40.

INHALT 02-2014



48 » » » NEUER STIFTUNGSREPORT VORGESTELLT:
GESUNDHEITSFÖRDERNDE STIFTUNGEN IM BLICK



66 » » » RÜCKBLICK AUF STIFTUNGSKONGRESS:
DEUTSCHER STIFTUNGSTAG 2014 IN HAMBURG



80 » » » VERANSTALTUNGSFORMATE: WIE
STIFTUNGEN INSPIRIERENDE GASTGEBER WERDEN

STIFTUNGEN

- 42 ____ Ein Offizier und Gentleman. Interview mit Dr. rer. pol. h.c. Frank-J. Weise
- 44 ____ Auf's Land hinaus! Ein Plädoyer für den ländlichen Raum » » » Dr. Stephan A. Lütgert
- 46 ____ Inseln des Gelingens schaffen. Stiftungsstrategien im Bildungsbereich » » » Winfried Kneip
- 48 ____ Gesundheit! StiftungsReport 2014 zur Gesundheitsförderung » » » Juliane Metzner
- 50 ____ Ein halbes Jahrhundert im Blick: Die Robert Bosch Stiftung wird 50 » » » Julia Rommel
- 52 ____ Stärken bündeln, Freiheit wahren. Das Stiftungsbündnis „Kunst auf Lager“ » » » Carolin Vogel
- 54 ____ Welche Rechte hat ein Kind? Ein Porträt von „OUTLAW.die Stiftung“ » » » Gerald Mennen
- 55 ____ Nachgefragt: Roswitha und Erich Bethe
- 56 ____ Neuigkeiten

INTERNA

- 66 ____ Deutscher StiftungsTag 2014: Rückblick in Bildern
- 68 ____ Mitgliederversammlung 2014: Die wichtigsten Ergebnisse in Kürze
- 70 ____ Eindrucksvolle Vielfalt: Archive in Stiftungen » » » Dr. Marlene Kotzur und Dr. Cornelia Weber
- 72 ____ Neue Mitglieder stellen sich vor 76 ____ Die Premiumpartner des Bundesverbandes

SERVICE

- ▶ 78 ____ Vorsicht beim Fundraising! Was steuerrechtlich zu beachten ist » » » Evelin Manteuffel
- 80 ____ Fishbowl, PowerPoint-Karaoke & Co. Veranstaltungsformate für Stiftungen » » » Katrin Kowark
- ▶ 84 ____ Datenschutz in Stiftungen. Tipps von der Stiftung Datenschutz » » » Frederick Richter
- 86 ____ Serie Stiftungssoftware (Teil 2): Syprof » » » Interview mit Dr. Sönke Burmeister und Clemens Kurek
- 89 ____ Wissen schöpfen: Ein Erfahrungsbericht vom DSA-Zertifizierungslehrgang » » » Peter Augustin
- 91 ____ Stiften mit dem Mittelstand: Fünf Erfolgsfaktoren » » » Nadin Meloth und Andreas Link
- 92 ____ Aktuelle Verfügungen und Urteile » » » Dr. Frauke Rawert
- 94 ____ Buchmarkt: Besprechungen 96 ____ Aktuelle Literatur

- 3 ____ Editorial 8 ____ Panorama 97 ____ Impressum 97 ____ In eigener Sache
- 98 ____ Unterfördert: Kinder psychisch kranker Eltern

PRAXISTIPPS FÜR FUNDRAISER

13 Ratschläge – nicht nur für kleine Stiftungen

VON PAUL DALBY, ANNA FINDERT UND MARTIN KÄTHLER

Was tun in einer Phase anhaltenden Niedrigzinses? Kann Fundraising die Ertragslücke kompensieren? Wie können Stiftungen ihre finanziellen Ressourcen verbessern? Die Fundraisingexperten beim Evangelischen MedienServiceZentrum (EMSZ) der Evangelisch-lutherischen Landeskirche Hannovers geben Tipps aus ihrer Praxis.



PAUL DALBY (LEITUNG), ANNA FINDERT (AUS-, FORT- UND WEITERBILDUNG) UND MARTIN KÄTHLER (STIFTUNGSBERATUNG) verantworten das Fundraising beim Evangelischen MedienServiceZentrum (EMSZ) der Evangelisch-lutherischen Landeskirche Hannovers und beraten Kirchengemeinden, kirchliche Stiftungen und Einrichtungen.

Weitere Informationen
martin.kaethler@evlka.de
www.e-msz.de

1. Bewusstsein und Basis schaffen!

Scheuen Sie sich nicht, andere Menschen um Unterstützung zu bitten. Sie bitten für eine gute Sache. Das können Sie guten Gewissens und mit Stolz tun. Sagen Sie, was Ihre Stiftung bewirkt: Sie sammeln z.B. nicht für die Anschaffung eines Busses, sondern damit gehbehinderte Kinder am gesellschaftlichen Leben teilhaben können. Als Basisinformation können Sie ein Stiftungsfaltblatt entwickeln. Zeigen Sie, wie man Sie unterstützen kann – und vergessen Sie nicht die Bankverbindung. Absender ist der Vorstand – Fundraising ist Chefsache! Auch eine eigene Internetpräsenz ist sinnvoll; es sei denn, Sie möchten nur im Stillen wirken.

2. Von anderen lernen und netzwerken!

Einige Maßnahmen machen viel Arbeit, sind risikoreich (Veranstaltungen im Freien) oder kostenintensiv (Spendenbriefe) und

bringen nach Abzug der Kosten mitunter wenig Ertrag. Ein persönlicher Besuch mit einer individuellen Stiftermappe (inkl. Satzung und Jahresbericht) kann auf einen Schlag zu einer höheren Zuwendung führen. Die Grundlagen der Fundraisingplanung sowie die Instrumente sollten Sie sich aus Fachliteratur (siehe S.30) und -veranstaltungen erarbeiten. Oder Sie recherchieren Ihre lokalen und thematischen Mitstreiter aus anderen Stiftungen und laden sie zum Erfahrungsaustausch beim Stiftungsfrühstück oder -stammtisch ein. Sie werden feststellen: Ein Netzwerk lohnt sich und motiviert Sie und andere.

3. Spende oder Zustiftung? Klar kommunizieren!

Sammeln Sie Spenden für das zu erhaltende Stiftungsvermögen („Zustiftungen“) oder Spenden für die zeitnahe Verwendung? Worum Sie bitten, müssen Sie klar kommunizieren. Zustiftungen sind bei größeren Beträgen für Ihre Förderer steuerlich interessant: Absetzbar ist bis zu 1 Million Euro, verteilt auf zehn Jahre. Bei zusammen veranlagten Ehegatten liegt der Betrag sogar bei 2 Millionen Euro. Andere Unterstützer haben eher das Interesse, dass ihre Spende direkt in vollem Umfang dem Stiftungszweck dient und unmittelbar verwendet wird.

4. Nicht nur Geld allein zählt!

Der Begriff Fundraising hat sich inzwischen etabliert. „Geld beschaffen“ greift zu kurz. Sie können auch Sachspenden einwerben, z.B. ein Fahrzeug, Möbel, Geräte, Instrumente oder Kleidung. Nicht zuletzt gehört das Gewinnen von Zeitspendern durch ehrenamtliche Mitarbeit dazu. Machen Sie sich bewusst, welchen Zweck Sie mit dem Fundraising verfolgen, welche Art von Spenden Sie benötigen und wie Sie Ihre Förderer auf Dauer betreuen wollen.

5. Bei Dienstleistungen Kosten einsparen!

Auch Profi-Leistungen wie die Produktion von Werbemitteln oder Beratungen können Sie einwerben (siehe S. 32/33). Beachten Sie dabei den Übergang zum Sponsoring: Ein Unternehmen leistet Geld-, Sach- oder Dienstleistungen, allerdings gekoppelt mit einer „Gegenleistung“ Ihrer Stiftung, primär genutzt im Marketing des Sponsors. Vorsicht bei steuerlichen bzw. buchhalterischen Details – halten Sie sicherheitshalber Rücksprache mit dem Justizariat des Bundesverbandes.

6. Wen interessiert's? Fokussieren Sie!

Oft kostet Fundraising zu Beginn mehr Geld als es einbringt. Konzentrieren Sie sich daher auf Zielgruppen, die den größten Erfolg versprechen. Wer steht Ihnen nahe? Räumlich und thematisch? Je mehr Ihnen ein Mensch persönlich verbunden ist, desto größer die Wahrscheinlichkeit, ihn zu gewinnen. Oft bestimmen prägende persönliche Erfahrungen auch maßgeblich das Spendenverhalten. Fragen Sie sich: Wer könnte warum zum Zweck Ihrer Stiftung in Beziehung stehen?

7. Groß denken – Ihr Thema ist bedeutend!

Stiftungen haben ein besonderes Angebot: Zugestiftete Immobilien oder Ländereien bleiben langfristig erhalten. Ihre Stiftung besteht, weil der Zweck jemandem (vielleicht Ihnen selbst) so viel wert war, dass er oder sie etwas von Wert gestiftet hat, um diesen Zweck dauerhaft erfüllen zu können. Daher finden Sie auch weitere Menschen, die genau diesen Zweck ebenso bedeutend finden. Und wenn diese Menschen daran denken, selbst eine Stiftung zu gründen? Kein Problem: Als rechtsfähige Stiftung können Sie Träger dieser dann nicht rechtsfähigen Stiftung werden, die sogar den Namen des Stifters tragen darf. So gibt es z.B. die Fritz-Sennheiser-Stiftung unter dem Dach der Diakoniestiftung Hannover mit einem Kapital von 1 Million Euro.

8. Spender als Fundraiser einbinden!

Was Sie als klassische Kondolenzspende kennen (die Bitte um Spenden statt Kränzen in einer Todesanzeige) lässt sich auf andere Gelegenheiten ummünzen. Anlassspenden können zu runden Geburtstagen, Hoch-



zeitstagen oder zur Kindstaufe erbeten werden. Ihre Unterstützer werden so zu Multiplikatoren und Fundraisern Ihrer Stiftung. Auch das Internet bietet neue Möglichkeiten, für Sie zu werben (siehe S. 31). Eine Stunde Holzhacken oder eine Wagenwäsche bei eBay ersteigern zugunsten Ihrer Stiftung? 3 ... 2 ... 1 ... meins!

9. Institutionelle Geber ansprechen!

Auch Unternehmen können für Sie Spendenwerbung machen, z.B., indem sie selbst spenden und eigene Mitarbeiter und Kunden darum bitten, mitzumachen. Oder sie verzichten nach dem Motto „Spenden statt Geschenke“ auf Präsente an Geschäftspartner. Lokalen Stiftungen gelingt es, Einzelhändler zu gewinnen, die den Verkauf eines bestimmten Produktes mit einer Spende koppeln, z.B. ein Stiftungsbrot mit 20 Cent Spendenanteil. Der Ertrag ist überschaubar, doch der Bekanntheitsgrad steigt enorm. Scheuen Sie sich nicht, Ihr Bankhaus oder lokale Wohltätigkeitsklubs (z.B. Lions) anzusprechen. Auch Anträge bei den Lotterien können erfolgreich sein, wenn der Förderzweck passt. Nicht zuletzt können Sie bei großen Stiftungen Unterstützung für Ihre Projekte gewinnen (siehe auch Kasten auf S.23).

10. Machen Sie kleine Geschäfte!

Kreative Ideen sind schnell geboren und umgesetzt: Bei einer Baumaßnahme „verkaufen“ Sie das Baugerüst als Werbefläche, in der Jubiläumsbroschüre kann man Anzeigen schalten. Viele Stiftungen verkaufen

Stiftungswein oder -honig bzw. Bücher, Kalender, CDs etc. Diese Ware muss vorfinanziert, produziert und gelagert werden – und nicht zuletzt braucht es Käufer. Beachten Sie: Verkauf gehört weder zum ideellen Bereich noch zur Vermögensverwaltung, sondern ist in der Regel steuerpflichtiger wirtschaftlicher Geschäftsbetrieb, zu dem auch der Verkauf von Speisen und Getränken bei Veranstaltungen, Einkünfte aus Büchermärkten oder die kurzfristige Vermietung von Räumen gehören. Liegt der Jahresumsatz inklusive Umsatzsteuer insgesamt über 35.000 Euro, sind Steuern fällig.

11. Rechtliches beachten!

Auch wenn Sie Konzerte, Lesungen oder

Benefizessen veranstalten und Eintrittsgeld verlangen, sind Sie geschäftlich tätig (siehe Fallbeispiel auf S. 78/79). Die Lösung: das Angebot ist kostenfrei – wer mag, kann spenden. Dafür wird während oder nach der Veranstaltung am Ausgang gesammelt. Geben Sie jedem Gast eine „Spendentüte“, auf der dieser seine Anschrift notieren kann. So können Sie später Zuwendungsbestätigungen versenden und haben eine wertvolle Adresse für Ihre Spenderdatenbank. Denken Sie bei allen Veranstaltungen neben versicherungstechnischen Fragen (Haftpflicht) auch an die rechtlichen Rahmenbedingungen. Public Viewing zur Fußball-WM im Museum? Gute Idee, aber vergessen Sie nicht, die FIFA nach den Bedingungen zu fragen. Sie möchten einen Benefiz-DVD-Abend veranstalten oder laden zu einem Tanzball ein? Informieren Sie sich bei www.gema.de, ob eine Lizenzabgabe fällig wird.

12. Guten Rat anbieten!

Nahezu jede große Hilfsorganisation hat eine Stiftung und betreibt Erbschaftsfundraising. Große und positive Resonanz haben Serviceveranstaltungen zu den Themen Testament, Patientenverfügung und Vorsorgevollmacht. Qualifizierte Referenten zu diesen Themen finden sich meist ohne Kosten. So bieten Sie Ihren Gästen einen wertvollen Dienst. Denn: Nicht jeder weiß, dass ein an sich inhaltlich korrektes Testament daheim hinterlegt keinen Wert hat, wenn es z.B. maschinengeschrieben ist.

13. Pflegen Sie eine Dankeskultur!

Kleine Aufmerksamkeiten für Ihre Förderer – wie Le-sezeichen als Dank für eine Spende – sind erlaubt. Sie müssen nicht aufwendig sein. Ein Dank kann die Einladung zu einem Tag der offenen Tür sein, direkt bei Ihnen oder bei einem geförderten Projekt. Durch Dank festigen Sie die Bindung zu Ihren Unterstützern. Mittelfristig kann es gelingen, einen Freundeskreis aufzubauen. Der Dank lässt sich auch in Form von Spendertafeln oder durch ein Stifterbuch visualisieren; holen Sie sich dazu im Vorfeld das Einverständnis des Spenders zur Veröffentlichung seines Namens ein. Vielleicht gibt es etwas Materielles, das Ihren Stiftungszweck symbolisiert? Ein Baustein, ein Notenblatt, ein Stück Holz – laden Sie alle Spender und Stifter eines Jahres zu sich ein und bedanken Sie sich bei Ihnen mit Ihrem kleinen Geschenk! « « «

Literaturtipps

Peter-Claus Burens: Fundraising. Ein Praxisratgeber mit 50 Tipps. Bundesverband Deutscher Stiftungen, Berlin 2012. ISBN: 978-3-941368-24-8. 124 Seiten. 19,80 Euro (Mitglieder: 16,80 Euro).

Nicole Fabisch: Fundraising. Spenden, Sponsoring und mehr. 3. Auflage. München 2013. ISBN: 978-3423509336. 432 Seiten. 19,90 Euro.

Fundraising Akademie (Hg.): Fundraising. Handbuch für Grundlagen, Strategien und Methoden. 4. Auflage. Wiesbaden 2008. ISBN: 978-3834908209, 898 Seiten. 99,99 Euro.

Michael Urselmann: Fundraising. Professionelle Mittelbeschaffung für steuerbegünstigte Organisationen. 6. Auflage. Wiesbaden 2014. ISBN: 978-3658017941. 477 Seiten. 39,99 Euro (siehe auch Rezension S. 95).