



Akquisos

Fundraising für politische Bildung



Ein Informationsservice der Bundeszentrale für politische Bildung

Akquisos Nr. 1/2019

Im Fokus: Testamente für die Bildungsarbeit – Nachlassfundraising

Editorial

Liebe Leserinnen und Leser,

haben Sie schon Ihr Testament aufgesetzt? Falls ja, haben Sie dabei einen Teil für gemeinnützige Zwecke bestimmt? In Deutschland steigt die Zahl derer, die auch nach ihrem Tod der Gesellschaft etwas zurückgeben möchten. Besonders die größeren spendenbasierten Organisationen machen sich das zunutze und haben professionelle Erbschaftsfundraising-Abteilungen aufgebaut und führen gezielte Kampagnen durch.

Auch viele kleinere Organisationen beschäftigen sich mit dem Thema. Eine größere Erbschaft zu erhalten, das wünschen sich viele. Doch ob es für sie sinnvoll ist, die notwendigen personellen und finanziellen Ressourcen in Erbschaftsfundraising zu investieren, hängt von verschiedenen Faktoren ab. Diese beleuchten wir in der aktuellen Ausgabe des Akquisos. Monika Willich, die seit vielen Jahren Erbschaftsfundraising betreibt, gibt einen Einblick in ihre Arbeit und wertvolle Tipps für die Praxis. Die Redaktion hat eine Checkliste mit Voraussetzungen für Erbschaftsfundraising und Beispiele für erste Schritte zusammengestellt. Dazu gehört auch, vorbereitet zu sein für den Fall einer Erbschaft – denn dieser kann auch unverhofft und ohne eigene aktive Bemühungen eintreten.

Wir wünschen Ihnen eine gute Lektüre und einen schönen Start in den Frühling!

Daniel Kraft und das Akquisos-Team

fundraising@bpb.de

Inhaltsverzeichnis

1. Aktuelles: Nachrichten und Termine	3
2. Im Fokus: Nachlassfundraising	5
3. Im Interview: Monika Willich, UNO-Flüchtlingshilfe e.V.	8
„Aufrichtigkeit ist wichtig. Den Rest kann man lernen.“	8
4. Checkliste: Voraussetzungen für Erbschaftsfundraising	10
5. Praxistipps: Erste Schritte im Erbschaftsfundraising	11
6. Literatur und Links	13
7. Glossar	14
Von A wie Antragsfrist bis Z wie Zuwendungsbescheinigung	14



Akquisos

Fundraising für politische Bildung



Ein Informationsservice der Bundeszentrale für politische Bildung

1. Aktuelles: Nachrichten und Termine

Bundesfinanzhof entzieht Attac die Gemeinnützigkeit

Nach einem Urteil des Bundesfinanzhofs vom 26. Februar 2019 muss der Trägerverein des globalisierungskritischen Netzwerks Attac mit dem endgültigen Entzug der Gemeinnützigkeit rechnen. Nach mehrjährigem Rechtsstreit befand der Bundesfinanzhof, dass zwar politische Bildung generell unter die Gemeinnützigkeit falle, nicht aber Einsatz und Kampagnen für allgemeinpolitische Forderungen und somit Einflussnahme auf die politische Meinung der Bürger/-innen. Da Attac jedoch letzteres überwiegend tue, sei die Arbeit nicht gemeinnützig. Die Folge ist, dass Spenden an den Verein nicht von der Steuer abgesetzt werden können. Das Urteil sorgt bei vielen Trägern der politischen Bildung für Unruhe und stößt zum Teil auf heftige Kritik.

Weitere Informationen: www.tagesschau.de/wirtschaft/attac-finanzgerichtshof-101.html

Projektförderung: digital.engagiert

Die Förderinitiative „digital.engagiert“ von Amazon und Stifterverband unterstützt zivilgesellschaftliche Digitalisierungsprojekte für die Bildungsarbeit. Gesucht sind Projekte, die Bildungsformate und -angebote digital ergänzen oder ganz neu denken. Die ausgewählten Projekte erhalten 6 Monate lang individuelle Beratung und Betreuung, ein umfangreiches Coaching-Programm und finanzielle Unterstützung. Am Ende des Programms werden die Arbeit und die Fortschritte aller Teilnehmenden bei einer Abschlussveranstaltung gewürdigt und drei Projekte als Gewinner mit Preisgeldern von insgesamt 30.000 Euro ausgezeichnet.

Weitere Informationen: www.digitalengagiert.de

Analysetool für Engagementförderung

Die Akademie für Ehrenamtlichkeit Deutschland bietet ein Analysetool für Organisationen, die mit ehrenamtlich Engagierten arbeiten. Mithilfe einer kurzen Analyse in Form eines Online-Fragebogens können Organisationen sich einen Überblick über die aktuelle Situation der Engagementförderung verschaffen und die Bereiche identifizieren, in denen es Verbesserungspotenziale gibt.

Weitere Informationen: www.ehrenamt.de/1481_Analysetool.htm

Civil Society Toolbox: Neuer Instrumentenkasten für Capacity Building

Die „Civil Society Toolbox“ bietet Methoden, Arbeitsblätter, Konzeptpapiere und weitere Tools zur Vorbereitung und Durchführung von Workshops in Nonprofit-Organisationen. Zu den Themenschwerpunkten zählen z.B. Arbeit mit Ehrenamtlichen, Entscheidungsprozesse und Fundraising. Die Toolbox ist in englischer und türkischer Sprache verfügbar und wurde entwickelt von MitOst e.V. gemeinsam mit internationalen Partnerorganisationen.

Weitere Informationen und Downloads: <http://civilsocietytoolbox.org/>



Akquisos

Fundraising für politische Bildung



Ein Informationsservice der Bundeszentrale für politische Bildung

Onlineportal: Wissensatlas Bildung der Stiftungen

Das Onlineportal versammelt Stiftungspublikationen im Bereich Bildung. Sie werden in übersichtlicher Form thematisch strukturiert aufbereitet und allen Interessierten zugänglich gemacht. Aktuelle Studienergebnisse sind ebenso enthalten wie Grundlagenwissen. Der Bestand wird kontinuierlich erweitert.

Weitere Informationen: www.wissensatlas-bildung.de/

Terminübersicht

Veranstaltung: Mitteldeutscher Fundraisingtag

Termin: 12.03.2019 in Jena

Veranstalter: FundraisingForum e.V.

Teilnahmebeitrag: 95 Euro

Weitere Informationen: www.fundraisingforum.de/mitteldeutscher-fundraisingtag/

Veranstaltung: 18. Fundraisingtagung Loccum: Von Maps und Games – die Zukunft des Spendens

Termin: 12.-13.03.2019 in Loccum

Veranstalter: Evangelisch-lutherische Landeskirche Hannovers

Teilnahmebeitrag: 165 Euro inkl. Übernachtung und Verpflegung

Weitere Informationen: www.loccum.de/programm/p1912.pdf

Veranstaltung: Fundraisingtag NRW

Termin: 21.03.2019 in Gelsenkirchen

Veranstalter: Fundraiser Magazin GbR

Teilnahmebeitrag: 169 Euro

Weitere Informationen: <https://fundraisingtage.de/fundraisingtag-nrw.html>

Geldbeschaffung professionell: Praxis-Seminar zu Sponsoring, Fundraising und anderen Wegen

Termin: 21.-22.03.2019 in Karlsruhe

Veranstalter: Konrad Adenauer Stiftung

Teilnahmebeitrag: ab 50 Euro inkl. Unterkunft und Verpflegung

Weitere Informationen: www.kas.de/veranstaltungen/detail/-/content/geldbeschaffung-professionell-praxis-seminar-zu-sponsoring-fundraising-und-anderen-wegen

Veranstaltung: Fundraisingtag Stuttgart

Termin: 09.04.2019 in Filderstadt

Veranstalter: Fundraiser Magazin GbR

Teilnahmebeitrag: 169 Euro

Weitere Informationen: <https://fundraisingtage.de/fundraisingtag-stuttgart.html>



Akquisos

Fundraising für politische Bildung



Ein Informationsservice der Bundeszentrale für politische Bildung

Veranstaltung: Fundraising-Forum Frankfurt

Termin: 15.05.2019 in Frankfurt (Main)

Veranstalter: Evangelische Kirche in Hessen und Nassau

Teilnahmebeitrag: 95 Euro / 110 Euro

Weitere Informationen: <https://fundraising.ekhn.de/fundraising-forum.html>

Seminar: Das Geld liegt auf der Straße. Einführung ins Fundraising

Termin: 24.-26.05.2019 in Zülpich

Veranstalter: Frauenbildungshaus Zülpich

Teilnahmebeitrag: 140 Euro inkl. Unterkunft und Verpflegung

Weitere Informationen: <https://frauenbildungshaus-zuelpich.de/seminare.html?view=event&id=1220>

Seminar: Freiwilligen-Management

Termin: 24.-26.05.2019 in Würzburg

Veranstalter: Akademie Management und Politik Friedrich-Ebert-Stiftung

Teilnahmebeitrag: 210 Euro inkl. Unterkunft und Verpflegung

Weitere Informationen: www.fes-mup.de/seminare/detail/freiwilligen-management.882.html

Seminar: Datenschutz in Vereinen, Verbänden, gemeinnützigen Stiftungen und gGmbH - unter Berücksichtigung der neuen EU-Datenschutzgrundverordnung

Termin: 29.05.2019 in Düsseldorf

Veranstalter: Kommunales Bildungswerk e.V.

Teilnahmebeitrag: 240 Euro

Weitere Informationen: www.kbw.de/seminar/gemeinnuetzigkeit-datenschutz_NPO050

2. Im Fokus: Nachlassfundraising

Mehr und mehr Menschen entscheiden sich dafür, einen Teil ihres Vermögens – oder auch alles – einem gemeinnützigen Zweck zu vermachen. Die Gründe dafür sind vielfältig: Sie möchten zum Beispiel die Zukunftsaussichten jüngerer Generationen verbessern, der Gesellschaft etwas zurückgeben, eine Herzensangelegenheit unterstützen, die Verbundenheit zu einer Organisation und ihren Zielen ausdrücken oder einfach in Erinnerung bleiben. Die Gesamthöhe vererbter Vermögen ist in Deutschland in den zurückliegenden Jahrzehnten deutlich gestiegen und sie wird laut Studien auch noch bis in die 2020er-Jahre weiter ansteigen.¹ Das meiste Geld bleibt dabei in der Familie,

¹ Deutsches Institut für Altersvorsorge: Studie „Erbenschaften in Deutschland 2015-2014“, www.dia-vorsorge.de/einkommen-vermoegen/erbschaftsvolumen-steigt-kuenftig-langsamer/; Anita Tiefensee, Markus M. Grabka (2017): „Das Erbvolmen in Deutschland dürfte um gut ein Viertel größer sein als bisher angenommen“ Studie des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung, www.diw.de/documents/publikationen/73/diw_01.c.560982.de/17-27-3.pdf



Akquisos

Fundraising für politische Bildung



Ein Informationsservice der Bundeszentrale für politische Bildung

doch die Spendenbereitschaft für gemeinnützige Zwecke steigt sowohl bei Erblasser/-innen als auch bei Erbinnen und Erben.

Das Nachlass- oder Erbschaftsfundraising (die Begriffe werden in dieser Akquisos-Ausgabe synonym verwendet) umfasst das systematische Planen und Durchführen von Aktivitäten zur Mittelakquise durch Nachlässe. Zu unterscheiden sind dabei Erbschaften und Vermächtnisse (auch: Legate). Bei einer Erbschaft wird die Organisation Rechtsnachfolgerin des Erblassers – mit allen Rechten und Pflichten. Dazu kann zum Beispiel gehören, dass man sich um Immobilien, Tiere, Geschäftsbetriebe, Schulden und dergleichen kümmern muss bzw. darf. Bei einem Vermächtnis werden die Erben im Testament verpflichtet, der Organisation einen definierten Erbteil zu überlassen. Es kann passieren, dass ein Vermächtnis bei den Erben eingeklagt werden muss². Seit einigen Jahren boomt das Nachlass- oder Erbschaftsfundraising bei gemeinnützigen Organisationen. Besonders die größeren spendenbasierten Organisationen haben professionelle Erbschaftsfundraising-Abteilungen aufgebaut und führen gezielte Kampagnen durch. Sie verfügen über die nötige Spenderbasis und die entsprechenden Fachleute, um Erbschaften und Nachlässe zu betreuen.

Einige Organisationen haben sich zusammengeschlossen in der Initiative „Mein Erbe tut Gutes. Das Prinzip Apfelbaum“. Diese informiert und betreibt Öffentlichkeitsarbeit unter anderem mit Veranstaltungen, einer Ausstellung und einer Website (www.mein-erbe-tut-gutes.de).

Mit Tabus umgehen

Nach wie vor sträuben sich viele Verantwortliche – von der Geschäftsführung bis zur Fundraising-Abteilung – dagegen, sich mit ihrer Organisation gezielt um Nachlässe und Erbschaften zu bemühen. Einerseits wünschen sie sich große Spenden, andererseits ist das Thema Sterben und Tod ein gesellschaftliches Tabuthema und moralisch stark aufgeladen. Viele Organisationen möchten nicht in Verruf geraten, sich Erbschaften zu erschleichen oder unlauter zu handeln. Für viele Menschen – auch Fundraiser/-innen – ist es unangenehm, über so persönliche Dinge wie den Tod und Familienverhältnisse mit ihren Förderinnen und Förderern zu sprechen.

Doch das Verfassen eines Testaments ist meist eine rationale Sache und verfolgt viele praktische Erwägungen. In diesem Sinne sollte auch in der Organisation gehandelt werden. Viele Menschen sind dankbar, wenn jemand sie dabei unterstützt, mit ihrem Vermögen nach ihrem Tod etwas Sinnvolles und Gutes zu bewirken. Dies gilt insbesondere für Menschen, die keine direkten Erbinnen und Erben haben.

Wie funktioniert Erbschaftsfundraising?

Am erfolgversprechendsten ist Erbschaftsfundraising bei Personen, die einen persönlichen Bezug zur Organisation oder ihren Zielen haben, sowie bei bestehenden Spenderinnen und Spendern.

Viele Organisationen bieten Informationsbroschüren zum Thema Testamente und Erbschaften an, in denen sie rechtliche und formelle Rahmenbedingungen erklären. Diese werden meist auf der Internetseite oder in Mailings vorgestellt und können dann bestellt werden. So werden Interessierte

² Vgl. auch Glossarbeitrag „Nachlass-Fundraising, Erbschaften und Legate“ www.bpb.de/partner/akquisos/222394/glossar



Akquisos

Fundraising für politische Bildung



Ein Informationsservice der Bundeszentrale für politische Bildung

namentlich bekannt und die Organisation kann (bzw. sollte!) später Kontakt aufnehmen. Dass Informationsbroschüren jedoch kein Erfolgsgarant dafür sind, tatsächlich Erbschaften zu erhalten, betont Monika Willich im Akquisos-Interview (s. unten).

Ein oft genutztes Format sind zudem Informationsveranstaltungen mit Fachleuten zum Thema Erbrecht, zu denen Spenderinnen und Spender eingeladen werden. Dort wird üblicherweise nicht direkt dafür geworben, die Organisation im Testament zu bedenken, doch auf die Möglichkeit wird aufmerksam gemacht.

Der wichtigste Aspekt beim Erbschaftsfundraising ist jedoch der persönliche Kontakt zu den Fördernden und potenziellen Nachlassgeber/-innen. Menschen, die sich bei der Organisation als potenzielle Erblasser/-in melden, werden intensiver betreut. Die Fundraiserin oder der Fundraiser führt regelmäßige Gespräche am Telefon oder besucht die Person zu Hause, so entwickelt sich eine persönliche, vertrauensvolle Beziehung. Dafür muss die Fundraiserin oder der Fundraiser bereit und offen sein und es wirklich selbst wollen (und nicht etwa „aufgedrückt bekommen“). Almuth Wenta, Fundraiserin beim BUND e.V. empfiehlt jedoch, dabei die Nähe nicht zu groß werden zu lassen und z.B. stets eine zweite Person zu Besuchen mitzunehmen. Man müsse als Fundraiser/-in „eigene Grenzen und Befindlichkeiten klar transportieren“.³ Erbschaftsfundraising ist eine langfristige Angelegenheit. Dies gilt für die Verankerung in der Organisation selbst, aber auch für die nachhaltige Beziehungspflege zu den (potenziellen) Nachlassgeber/-innen. Insofern braucht Erbschaftsfundraising Zeit und ausreichende finanzielle Ressourcen.

Motivation der Nachlassgeber/-innen

Ausschlaggebend für den Schritt, eine gemeinnützige Organisation im Testament zu bedenken, sind meist sehr persönliche Gründe. Zum einen spielt die Familiensituation eine wichtige Rolle. Gibt es Verwandte und in welchem Verhältnis steht der Nachlassgeber oder die Nachlassgeberin zu ihnen? Wie hoch ist das Vermögen? Für die Wahl der Organisation sind meist biografische Bezüge entscheidend, entweder zur Organisation selbst oder zu den Zielen, die sie verfolgt sowie großes Vertrauen. Davon ist auch Martin Dodenhoeft vom Volksbund Deutsche Kriegsgräberfürsorge e.V. überzeugt: „Eine Erbschaft erhält die Organisation nicht wegen ihres mehr oder weniger professionellen Erbschaftsmarketings! Wenn überhaupt, dann wird sie wegen der Relevanz ihrer Ziele und ihrer Arbeit für den Förderer und vor allem wegen seines Vertrauens in die Organisation bedacht“.⁴ Eine weitere Motivation könnten Vorteile sein, die man schon zu Lebzeiten genießen kann, wie ein Blick nach Großbritannien zeigt. Die Tate Gallery macht Nachlassgeber/-innen (sofern sie nicht anonym bleiben wollen) zu Mitgliedern des 1897 Circle – Sie werden zu einem jährlichen Spezial-Event eingeladen, auf der Website namentlich erwähnt und erhalten einen regelmäßigen Newsletter.⁵

³ Vgl. Interview „Etwas zu vererben hat einen biografischen Bezug“, Fundraiser Magazin 2/2018, S.80

⁴ M. Dodenhoeft: Dialog, Dialog, Dialog! Die Geheimnisse des Erbschaftsfundraising, in: Fundraiser Magazin 4/2010, S. 22.

⁵ www.tate.org.uk/join-support/legacy-to-tate; www.spendwerk.de/erbschaftsfundraising-auf-englisch/



Akquisos

Fundraising für politische Bildung

Ein Informationsservice der Bundeszentrale für politische Bildung

Auch für kleinere Organisationen gilt: Vorbereitet sein für den Fall...

Testamente, Nachlässe und Erbschaften sind nicht nur ein Thema für die „Großen“. Jede gemeinnützige Organisation sollte sich damit auseinandersetzen: Immer wieder werden Geschichten von unverhofft eingetretenen Erbfällen bekannt, die einen Verein vor große Herausforderungen gestellt haben – vor allem, wenn man als Erbe Rechtsnachfolger eines Verstorbenen wird. Da kann es passieren, dass man sich plötzlich um zwei Hunde und ein Mehrfamilienhaus kümmern muss. Auch kleinere Organisationen sollten vorbereitet sein und wissen, was im Falle des Falles zu tun ist. Dafür sollten sich Fundraiser/-in, Vorstand, ggf. Geschäftsführung und weitere relevante Personen zusammensetzen und fachlichen Rat einholen. Sie sollten ein Standardverfahren entwickeln und eine/-n Verantwortliche/-n benennen, Fragenkataloge anlegen (z.B. zur Familiensituation, Schulden), eine Liste mit Kontaktdaten relevanter Fachleute zusammenstellen (z.B. Bestattungsunternehmen, Tierheim) und einen Überblick über einzuhaltende Fristen haben. Am besten legt man einen Ordner mit allen relevanten Unterlagen an und hat ihn stets griffbereit.

Ob eine Organisation strategisches Erbschaftsfundraising im oben beschriebenen Sinne leisten will und kann, sollte gut abgewogen werden. Ob es aussichtsreich ist und welche Instrumente sich eignen, hängt stark von der Zusammensetzung und Zahl der eigenen Spender/-innen und Mitglieder und dem Themenfeld und den Zielen der Organisation ab, erklärt Monika Willich.

3. Im Interview: Monika Willich, UNO-Flüchtlingshilfe e.V.

„Aufrichtigkeit ist wichtig. Den Rest kann man lernen.“

Die Erziehungswissenschaftlerin und Fundraising-Managerin Monika Willich verantwortet seit 2018 das Nachlassfundraising der UNO-Flüchtlingshilfe. Sie ist seit 1993 im dritten Sektor tätig und hat ab 2005 das Erbschaftsfundraising in der Bundeszentrale der Malteser aufgebaut. Darüber hinaus arbeitet sie nebenberuflich als Fundraising-Dozentin. Menschen für ein gemeinnütziges Testament zu begeistern, ist ihr ein Herzensanliegen. Im Interview erzählt sie, worauf es dabei ankommt.

Mehr unter www.uno-fluechtlingshilfe.de/spenden/testament-spende

Akquisos: Frau Willich, wie sind Sie zum Erbschaftsfundraising gekommen?

M. Willich: Ich wollte die Menschen, die geben, kennenlernen. Das kann man nicht im Direktmarketing, sondern nur in der Individualbetreuung, wie bei Großspenden oder Nachlässen. Zudem habe ich großes Interesse an rechtlichen Themen. Zusammen ist es eine ideale Kombination. Erbschaftsfundraising ist eines der wenigen Instrumente, bei denen es noch aufwärts geht. Es macht mir auch Spaß, den Erfolg zu sehen.

Akquisos: Sie werben gerne für das Erbschaftsfundraising. Sollten alle Organisationen dieses prosperierende Instrument bei sich etablieren?

Nein. Erbschaftsfundraising ist nicht per se für jede Organisation ein gutes Instrument. Viele denken: Wir machen schon Fundraising, jetzt hätten wir gerne etwas mehr, dann starten wir mal mit



Akquisos

Fundraising für politische Bildung

Ein Informationsservice der Bundeszentrale für politische Bildung

Erbschaftsfundraising. Das ist in meinen Augen der falsche Ansatz. Wichtiger ist: Wo stehe ich derzeit und welche Einnahmen will ich erzielen? Die nächste Frage ist: Mit welchen Instrumenten kann ich diese Ziele erreichen? Und habe ich die entsprechenden Ressourcen? Erbschaftsfundraising kann das richtige Instrument sein – muss es aber nicht.

Akquisos: Welche Voraussetzungen sollte eine Organisation für ein erfolgreiches Erbschaftsfundraising mitbringen?

Sie braucht in jedem Fall einen ausreichend großen Spenderstamm. Und das Alter der Spender spielt eine Rolle: Sind sie im Schnitt 65 Jahre und älter? Oder spricht die Organisation eher jüngere Leute an? Im zweiten Fall macht Erbschaftsfundraising keinen Sinn.

Akquisos: Ist es nicht möglich, jüngere Menschen für das Thema Erbschaften zu gewinnen?

Grundsätzlich kommt der Gedanke an ein Testament nicht erst bei alten Menschen auf. Auch bei der Geburt des ersten Kindes ist das ein Thema. Aber Menschen Anfang 30 haben noch eine Lebenserwartung von 50 Jahren. In deren Leben wird sich noch sehr viel ändern. Ob das Testament von heute dann noch Bestand hat? Außerdem kann ich als Fundraiserin nicht 50 Jahre auf eine Erbschaft warten. Beziehungspflege kostet – und zwar Spendengelder – diese kann ich schwer über Jahrzehnte rechtfertigen. Das Erbschaftsfundraising muss effektiv und wirtschaftlich sein. Wir sind ja auch unseren Spendern gegenüber verpflichtet. Ich wende mich daher erst an Personen ab 65, lieber 70 Jahren.

Akquisos: Glauben Sie, dass die politische Bildung als Themenfeld für Nachlassfundraising geeignet ist?

Vorteilhaft ist, wenn ich ein eher traditionelles Anliegen habe, das viele ältere Menschen teilen, z.B. „Frieden bewahren“ oder „Frieden und (soziale) Gerechtigkeit“. Dann habe ich es sehr viel leichter als mit jüngeren Themen, wie bspw. „Hate Speech im Internet“. Das liegt aber nicht am Thema, sondern an der Zielgruppe. Die Menschen, die sich dafür interessieren, sind schlicht zu jung. Wichtig ist auch der Bekanntheitsgrad. Wie lange gibt es eine Organisation schon? Wie renommiert ist sie? Mit dem richtigen Thema für ältere Menschen und einer ausreichenden Bekanntheit bei älteren Menschen hat man gute Chancen im Erbschaftsfundraising.

Akquisos: Viele Organisationen bieten Erbschaftsbroschüren zum Bestellen an. Lohnt es sich auch für kleinere Organisationen, in die Erstellung einer eigenen Broschüre zu investieren?

Eine Broschüre kann sich lohnen. Ich rate jedoch dazu, sich sehr genau zu überlegen, ob das wirklich sinnvoll ist. Der Markt ist schon voll von Broschüren und sie werden nach meiner Erfahrung selten gelesen. Die Broschüren sind kein(!) Instrument zur Akquise von Erbschaft. Sie können höchstens oberflächlich informieren und das Interesse verstärken. Ich kann nicht erwarten, dass ich durch eine Broschüre ohne ein Follow-up Erbschaften und Vermächtnisse bekomme. Ich muss alle, die eine Broschüre bestellt haben, auch kontaktieren, sonst hängen die Leute in der Luft und wissen nicht, was in ihrem Einzelfall genau zu tun ist.



Akquisos

Fundraising für politische Bildung

Ein Informationsservice der Bundeszentrale für politische Bildung

Akquisos: Was können vor allem kleinere Organisationen stattdessen tun?

Es gibt Dinge, die ich relativ schnell und mit kleinem Budget erledigen kann, z.B. eine Unterseite auf meiner Webseite einfügen. Das ist kein großer Aufwand. Bei einem kleinen Spenderstamm ist ein einfaches Falblatt, das mit einem Anschreiben verschickt wird, lohnender als eine teuer produzierte Broschüre, die sich niemals rechnet.

Akquisos: Was ist aus Ihrer Sicht die größte Stolperfalle beim Erbschaftsfundraising?

Wenn die ausführenden Personen nicht dahinterstehen. Wenn jemand das Thema aufgedrückt bekommt, dann merken das alle Gesprächspartner. Ich habe auch schon auf Sofas gesessen und hatte nicht auf jede Frage eine perfekte Antwort. Aber die Leute haben gemerkt, dass ich es ernst und ehrlich mit ihnen meine. Aufrichtigkeit ist wichtig. Den Rest, das Fachliche, kann man lernen bzw. sich ins Haus holen. Aber man muss als Ansprechpartner zur Verfügung stehen können. Das ist eine psychologische Herausforderung. Wir haben es mit dem Instrument der größten Tabus zu tun: Tod, Sterben und Vermögen, oft noch familiäre Konflikte. Viele NGOs möchten das Thema am liebsten nur schriftlich an die Menschen bringen. Wenn ich aber schreibe „Sprechen Sie mich an“, dann kann es sein, dass ich eine weinende Witwe am Telefon habe. Wenn ich anbiete, „Ich besuche Sie für ein vertrauliches Gespräch zu Hause“, dann muss ich auch hinfahren, dieser Person zuhören und die Nähe ertragen. Wenn man also nicht das Personal hat, das sich dem stellt, sollte man es sein lassen. Das wird oft zu wenig bedacht und zu wenig ehrlich kommuniziert.

Akquisos: Was ist abschließend Ihr ultimativer Tipp für das Erbschaftsmarketing?

Sehr überzeugende und zur Organisation perfekt passende Prominente zu finden, die im Alter der eigenen Spender sind und die öffentlich sagen: „Ich habe ein Testament zu euren Gunsten gemacht“. Ärzte ohne Grenzen konnte dafür die Kessler Zwillinge gewinnen⁶. Die sind unverheiratet, kinderlos und bei der Generation der heutigen Senioren sehr bekannt und beliebt. Aber auch hier ist Authentizität wichtig. Man muss es ihnen abnehmen und sie müssen einen entsprechenden Ruf haben. Dann ist es genial.

Akquisos: Vielen Dank für das Gespräch und für die Zukunft viele Testamente!

4. Checkliste: Voraussetzungen für Erbschaftsfundraising

Check 1 - Spenderstamm: Haben wir genug Spender/-innen, damit wir überhaupt ausreichend Erblasser/-innen finden können?

Nur ein geringer Prozentsatz der Spenderinnen oder Spender vermacht einer Organisation ein relevantes Vermögen. Damit sich der Aufwand des spezifischen Erbschaftsfundraisings lohnt, muss eine ausreichende Basis vorhanden sein. Ist der Spenderstamm zu klein, sollte dieser zunächst ausgebaut werden.

⁶ www.aerzte-ohne-grenzen.de/testamentsspende/kessler-zwillinge



Akquisos

Fundraising für politische Bildung

Ein Informationsservice der Bundeszentrale für politische Bildung

Check 2 - Spendenalter: Erreichen wir mit unseren Themen ausreichend viele Menschen über 70 Jahren?

Erbschaftsfundraising ist nur dann effektiv und wirtschaftlich, wenn die Erbschaft für die Organisation in absehbarer Zeit realisierbar ist. Sind die Spender/-innen in der Mehrzahl jung, ist die Lebenserwartung noch „zu hoch“ und die intensive Betreuung der potenziellen Erblasser/-innen zu kostenintensiv. Um ausreichend ältere Spender/-innen zu gewinnen, benötigt die Organisation ein für ältere Menschen relevantes Ziel (Frieden bewahren, Demokratie sichern, soziale Gerechtigkeit) und einen ausreichenden Bekanntheitsgrad bei dieser Zielgruppe (Glaubwürdigkeit).

Check 3 - Ressourcen: Haben wir genug Geld, das wir langfristig in Infrastruktur und Personal investieren können?

Um Erbschaftsfundraising aktiv zu betreiben, müssen ausreichende finanzielle und personelle Ressourcen vorhanden sein, die sich nicht kurzfristig selbst tragen müssen. Erbschaften sind ein langfristiges Projekt mit einer kostenintensiven Vorlaufzeit. Fachkompetenz (z.B. Fachanwälte für Erbschaftsrecht) müssen in der Regel extern eingekauft werden.

Check 4 - Personal: Haben wir (min.) eine Person, die sich das Thema selbst zutraut?

Wichtig ist, nicht nur die benötigte Anzahl an Personal einzusetzen, sondern Menschen, die psychologisch geeignet sind. Wer Erbschaftsfundraising betreibt, muss persönlich dazu bereit sein, sich diesem Tabuthema zu stellen und Menschen dazu von Angesicht zu Angesicht zu betreuen. Keinesfalls sollte dieses Arbeitsfeld einer Person aufgezwungen werden. Auch wenn es viele positive Momente gibt, z.B. wenn sich eine betreute Person dankbar für die Unterstützung zeigt und verkündet, die Organisation im Testament zu bedenken, so gibt es auch schwierige Gespräche, die viel Empathie erfordern. Jede/-r Erbschaftsfundraiser/-in muss sich selbst dazu in der Lage sehen.

Nur wenn diese Voraussetzungen alle erfüllt sind, sollte Erbschaftsfundraising als Instrument in Betracht gezogen werden.

5. Praxistipps: Erste Schritte im Erbschaftsfundraising

Prozess steuern und begleiten

Erbschaftsfundraising braucht eine große Akzeptanz in der Organisation. Es muss eine verantwortliche Person geben, die den Prozess steuert und voll dahintersteht. Hausintern müssen alle relevanten Personen mit ins Boot geholt werden, ggf. Fachleute (z.B. Juristen für Erbschaftsrecht) hinzugezogen werden.

Potenzielle Nachlassgeber/-innen identifizieren

Aus den bestehenden Spender/-innen sollten zunächst diejenigen herausgefiltert werden, die sich als Zielgruppe für Erbschaftsfundraising anbieten (z.B. Personen über 70, die bereits höhere Beträge spenden, oder zu denen persönliche Kontakte bestehen). Dann sollten zu den jeweiligen Personen passende Strategien und Instrumente ausgewählt bzw. entwickelt werden.



Akquisos

Fundraising für politische Bildung

Ein Informationsservice der Bundeszentrale für politische Bildung

Persönliche Kontaktaufnahme

Kontakte zu (potenziellen) Nachlassgeber/-innen werden aufgebaut oder verstärkt. Dies kann durch persönliche Ansprache auf Veranstaltungen, Telefonate oder persönliche Besuche erfolgen.

Informationen auf Internetseite

Die verantwortliche Person stellt sich mit Foto und Kontaktdaten vor, das Thema und die Angebote der Organisation werden kurz erläutert, ggf. werden Informationsmaterial oder Veranstaltungen zum Thema angekündigt.

Faltblätter / Broschüre

Ein Faltblatt informiert darüber, dass und wie Nachlassspenden an die Organisation möglich sind und wofür sie verwendet werden. Es beinhaltet Informationen zu Ansprechpartner/-innen in der Organisation und ggf. zu Aktivitäten. Es ist sinnvoll, hier vor allem darzustellen, was man den Spender/-innen – auch schon zu Lebzeiten – bietet; zum Beispiel persönliche Beratung, Zusammenstellung einer regionalen Liste von Notaren, Kümern um Bestattung, Wohnungsauflösung, Veräußern von Nachlässen etc. Broschüren informieren in der Regel zudem ausführlicher über rechtliche Themen und Regeln rund um Testament und Vererben.

Für den Fall einer Erbschaft (Rechtsnachfolge) vorbereitet sein

Abläufe und Zuständigkeiten sollten klar verteilt sein. Alle Unterlagen sollten an einer zentralen Stelle gesammelt und gut zugänglich sein.

Fragenkatalog erstellen (Beispiele)

- Wie ist die Familiensituation? Gibt es weitere Erben/-innen? Offene Konflikte („Enterbte“)?
- Wer kümmert sich um die Bestattung?
- Gibt es Haustiere?
- Wie ist die finanzielle Situation? Gibt es offene Kredite oder Schulden?
- Gibt es laufende Geschäftsbetriebe?
- Gibt es Immobilien – Wenn ja, ist eine Verwaltung beauftragt?

Wichtige Fristen klären und einhalten (Beispiele)

- Ausschlagung des Erbes
- Bestattung
- Kündigungen (Versicherungen, Abonnements, Telefon etc.)
- Mietzahlungen
- Bankenfristen

Kontaktdaten relevanter Fachleute und Unternehmen bereithalten (Beispiele)

- Bestattungsunternehmen
- Juristen/ Juristinnen
- Tierheim
- Steuerberatung
- Banken, Versicherungen
- Schlüsseldienst



Akquisos

Fundraising für politische Bildung



Ein Informationsservice der Bundeszentrale für politische Bildung

6. Literatur und Links

Judith Albert, Susanne Reuter, Norbert Schülpen und Thomas Schwedersky: Erbschaftsfundraising, in: Fundraising Akademie: Fundraising Handbuch Springer/Gabler 2016, S. 396-409.

Martin Dodenhoeft: Dialog, Dialog, Dialog! Die Geheimnisse des Erbschaftsfundraising, in: Fundraiser Magazin 4/2010, S. 22 f.

Marita Haibach: Testamentspenden und Erbschaftsmarketing, in: Handbuch Fundraising. Spenden, Sponsoring, Stiftungen in der Praxis, Frankfurt/M. 2012, S. 326-334.

Maik Meid: Erbschaft – und nun?, in: Fundraiser Magazin 6/2013, S. 50 f.

„Etwas zu vererben hat einen biografischen Bezug“, Interview mit Almuth Wenta, in: Fundraiser Magazin 2/2018, S. 80 f.

Susanne Reuter: Erbschaftsfundraising. Mit Herzblut und Fingerspitzengefühl, Books on Demand, 2016.

Helga Riedel: Spenden per Testament. Über das Leben hinaus Gutes tun, in: Neue Osnabrücker Zeitung 30/14

http://www.noz.de/media/documents/gemeinn%C3%BCtzig_vererben_1406642513.pdf

Organisationen

Mein Erbe tut Gutes. Das Prinzip Apfelbaum www.mein-erbe-tut-gutes.de

Deutsche Vereinigung für Erbrecht und Vermögensnachfolge e.V. www.erbrecht.de

DIGEV – Deutsche Interessengemeinschaft für Erbrecht und Vorsorge e.V. www.digev-ev.de

Bund Deutscher Nachlasspfleger (BDN) e.V. www.b-d-n.de

Beispiele für Testamentbroschüren / Website

Greenpeace: www.greenpeace.de/testamentsbroschuere

Volksbund Deutsche Kriegsgräberfürsorge: www.volksbund.de/service/erbschaft/was-wird-mit-meinem-erbe.html

SOS-Kinderdorf e.V.: Eigene Website zum Thema Testamente: www.testament-schreiben.com

Seminar: Erbschaftsakquisition und Nachlassabwicklung

Termin: 21.11.2019 in Berlin

Veranstalter: Fundraising Akademie gGmbH

Weitere Informationen:

www.fundraisingakademie.de/fileadmin/user_upload/Tagesseminare/181217_Flyer_Erbschaftsakquisition-Nachlassabwicklung.pdf



Akquisos

Fundraising für politische Bildung



Ein Informationsservice der Bundeszentrale für politische Bildung

7. Glossar

Von A wie Antragsfrist bis Z wie Zuwendungsbescheinigung

Im Akquisos-Glossar werden Begriffe aus dem Themenbereich Fundraising kurz und knapp erklärt. Dabei arbeiten wir uns nicht streng von A bis Z durch, sondern stellen in jedem Newsletter einige Begriffe vor, die auf der Internetseite alphabetisch zusammengeführt werden.

Das vollständige Glossar finden Sie online unter: www.bpb.de/partner/akquisos/222394/glossar

Jahresbericht

Mit dem Jahresbericht legt eine Organisation Rechenschaft über ihre Arbeit eines abgeschlossenen Jahres ab. Gemeinnützige Organisationen sind zwar – anders als Kapitalgesellschaften – nicht dazu verpflichtet, einen Jahresbericht zu erstellen, es ist aber empfehlenswert. Wenn ein Jahresbericht die Leistungen und Entwicklungen der Organisation gut darstellt, können sich Förderer/-innen und Spender/-innen einen Überblick darüber verschaffen, was mit ihrem Geld passiert ist. Für künftige Geldgeber/-innen oder Kooperationspartner/-innen kann er ein Anreiz zur Unterstützung sein. Für die Vergabe von Spenden- und Transparenzsiegeln ist er oft Voraussetzung. Ein Jahresbericht sollte mindestens enthalten: Darstellung der Organisationsstruktur und Organe, Zielsetzungen und Strategien, Information über die Projekte und Programmbereiche, Erfolge und Misserfolge, wichtige Partner, Wirkungsbeobachtung, Zahlen der Mitglieder und Beschäftigten und die Finanzberichterstattung. Bei der Gestaltung eines Jahresberichts gibt es große Freiheiten – so können Anekdoten und Erfolgsgeschichten, professionelle Infografiken und Fotos die Darstellung beleben und zur Lektüre animieren.

Weitere Informationen und Tipps:

www.ngo-dialog.de/index.php/newsletter-artikel-lesen/items/praxis-09-2010.html

www.fundraiser-magazin.de/praxis-archiv/jahresbericht-schickes-aushaengeschild-statt-droegerbilanz.html

Payroll-Giving / Arbeitslohnspende

Payroll-Giving (deutsch: Arbeitslohnspende) bedeutet, dass ein Arbeitgeber in bestimmten Katastrophenfällen in Absprache mit den Arbeitnehmer/-innen einen Teil des Bruttogehaltes einbehält, um diesen an eine gemeinnützige Organisation zu spenden. Für den einbehaltenen Teil müssen keine Steuern bezahlt werden, da er nicht zum steuerpflichtigen Einkommen gezahlt wird. Wegen dieses Steuervorteils darf die Organisation, die die Spenden erhält, keine Spendenbescheinigung ausstellen. Um von der steuerlichen Vereinfachung zu profitieren, ist eine Ausnahmeregelung des Bundesfinanzministeriums notwendig. In der Regel wird diese bei (Natur-)Katastrophen im In- und Ausland oder anlässlich besonderer Lagen (wie z. B. der Flüchtlingskrise ab 2015) ausgesprochen. Die Sozialversicherungsbeiträge werden jedoch auf Basis des Gehalts inklusive der Spende berechnet. Eine Ausnahme hierfür besteht nur bei Naturkatastrophen im Inland (www.gesetze-im-internet.de/svev/_1.html Absatz (1) Satz 11).



Akquisos

Fundraising für politische Bildung



Ein Informationsservice der Bundeszentrale für politische Bildung

Rest-Cent-Spende

Die Rest-Cent-Spende ist eine (steuerrechtlich) einfachere Variante des >> Payroll-Giving. Dabei wird der Nachkomma-Betrag des Nettogehaltes vom Arbeitgeber automatisch einbehalten und an eine gemeinnützige Organisation gespendet. So kommen im Jahr maximal 11,88 Euro pro Mitarbeiter/-in zusammen. Im Schnitt sind es 5 bis 6 Euro. Bei Kommunen oder Unternehmen mit einer großen Zahl von Angestellten kommen schnell relevante Summen zusammen. In einigen Unternehmen dürfen die Angestellten selbst bestimmen oder gemeinsam abstimmen, an welche Organisation der Betrag gespendet wird. Die Teilnahme und Dauer sind in jedem Fall für alle freiwillig. Da sich die Rest-Cent-Spende in vielen Unternehmen etabliert hat, bieten einige Abrechnungssoftwares bereits integrierte Spendentools an.

Telefon-Fundraising

Die Kontaktaufnahme per Telefon ermöglicht Organisationen einen direkten Dialog mit ihren (potenziellen) Spender/-innen, um etwas über sie zu erfahren und direktes Feedback zur eigenen Arbeit zu erhalten. Somit können persönliche Bindungen aufgebaut oder verstärkt werden. Unterschieden wird zwischen ausgehenden und eingehenden Anrufen. Bei ausgehenden Anrufen (Outbound Calls) rufen die Organisation oder beauftragte Dienstleister eine/-n (potenziellen) Förderer/-in an. Gründe können zum Beispiel sein, sich für Spenden zu bedanken, Spender/-innen zu reaktivieren oder sie zu höheren Spendensummen zu ermutigen. Bei eingehenden Anrufen (Inbound Calls) kann es darum gehen, dass Spender/-innen oder Mitglieder eine Spende tätigen, eine Adressänderung mitteilen oder sich beschweren möchten. Zu den datenschutzrechtlichen Bedingungen beim Telefon-Fundraising sollte eine Organisation sich unbedingt beraten lassen.

Impressum

Herausgeber:

Bundeszentrale für politische Bildung/bpb

Redaktion:

Mareike Bier (bpb)

Danielle Böhle (GOLDWIND, Kommunikationsberatung für gemeinnützige Organisationen)

Daniel Kraft (bpb, verantwortlich)

Katharina Reinhold (Autorin und Redakteurin)

E-Mails an die Redaktion: fundraising@bpb.de

Akquisos online bestellen oder abbestellen unter: www.bpb.de/newsletter/akquisos