

Steuerliche Erleichterung

Die Finanzverwaltung hat für die steuerliche Behandlung von Sponsoring in Vereinen erstmals eine bundeseinheitliche Auffassung bekanntgegeben

Über die ertragssteuerpflichtige und umsatzsteuerliche Behandlung von Sponsoring haben wir in „SPORT in BW“ Heft 4/2009 ausführlich berichtet. Mit einem Schreiben des Bundesministeriums für Finanzen (BMF) vom 13. 11. 2012 hat die Finanzverwaltung eine Kehrtwende in der umsatzsteuerlichen Behandlung von Sponsoring-Leistungen beschritten und seit dem Sponsoring-Erlass aus dem Jahr 1998, der noch heute für die steuerliche Behandlung von Sponsoring gilt, erstmals eine bundeseinheitliche Auffassung zur umsatzsteuerlichen Behandlung des Sponsoring bekanntgegeben.

Ertragssteuerliche Behandlung

Grundlage für die ertragssteuerliche Behandlung bildet nach wie vor das BMF-Schreiben vom 18. Februar 1998. Demnach stellen nur aktive Werbemaßnahmen einen steuerpflichtigen wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb dar. Aktive Werbemaßnahmen sind solche, bei denen mit „besonderer Hervorhebung“ auf den Sponsor hingewiesen wird oder bei denen der steuerbegünstigte Sportverein an den Maßnahmen aktiv mitwirkt (z.B. durch Link-Schaltungen im Internet).

Der bloße Hinweis der steuerbegünstigten Körperschaft auf die Unterstützung durch den Sponsor, z.B. auf Plakaten oder auf der Webseite, führt aufgrund einer Billigkeitsregelung im Sponsoring-Erlass nicht zu Einkünften eines wirtschaftlichen Geschäftsbetriebs. Dies gilt auch dann, wenn Name, Embleme oder Logo des Sponsors ohne besondere Hervorhebung verwendet werden.

Umsatzsteuerliche Behandlung

Diese Maßnahmen stellten bisher nach einhelliger Auffassung sogenannte Duldungsleistungen dar,

Werden die Sponsoren eines Vereins oder einer Veranstaltung – wie hier beim Volleyball-Bundespokal in Biberach – mit „besonderer Hervorhebung“ präsentiert, handelt es sich um aktive Werbemaßnahmen, die der Ertrags- und Umsatzsteuer unterliegen.

Foto: Malte Missoweit



die gemäß § 12 Abs. 1 Nr. 8a UStG den ermäßigten Umsatzsteuersatz unterworfen wurden. Diese Auffassung wurde auch von der Finanzverwaltung geteilt und durch mehrere Verfügungen der Finanzverwaltung untermauert.

Im Jahr 2010 hat die Oberfinanzdirektion (OFD) Magdeburg sich mit möglichen Sponsoring-Gestaltungen zwischen der öffentlichen Hand und steuerbegünstigten Körperschaften beschäftigt. Die OFD Magdeburg führte damals aus, dass es bei solchen Fördervereinbarungen regelmäßig an einem Leistungsaustausch mangelt, wenn der Zuwendungsgeber aus satzungsmäßigen oder gesetzlichen Gründen Geld für gemeinnützige Zwecke bereitstellt. In diesen Fällen mangle es regelmäßig an einem Leistungsaustausch, auch wenn die Öffentlichkeit auf diese Förderung und die dadurch erfolgte Zweckverwirklichung hingewiesen wird. In diesen Fällen liegt keine übliche Werbeleistung vor, da eine geringere Intensität als bei sonstigen Sponsoring-Hinweisen mit Logo-Verwendung, jedoch mit

Hervorhebung gegeben sei und deshalb eine nichtwirtschaftliche Tätigkeit festzustellen ist. Dies hatte zur Folge, dass der Hinweis auf staatliche Zuschussgeber oder gemeinnützige Förderkörperschaften mit Verwendung des Logos nicht automatisch zu einem umsatzsteuerbaren Leistungsaustausch führte, solange dies ohne Hervorhebung erfolgte.

Mit BMF-Schreiben vom 13.11.2012 dehnt die Finanzverwaltung diese Beurteilung ausdrücklich auf sämtliche Sponsoring-Leistungen mit Sponsoren-Hinweis ohne besondere Hervorhebung aus. Im Abschn. 1.1. Abs. 23 des UStAE ist geregelt worden:

„Weist der Empfänger von Zuwendungen aus einem Sponsoring-Vertrag auf Plakaten in Veranstaltungshinweisen, in Ausstellungskatalogen, auf seiner Internetseite oder in anderer Weise auf die Unterstützung durch den Sponsor lediglich hin, erbringt er insoweit keine Leistung im Rahmen eines Leistungsaustausches. Dieser Hinweis kann unter Verwendung des Namens, Emblems oder Logos des Sponsors, jedoch ohne besondere Hervorhebung oder Verlinkung zu dessen Internetseite erfolgen.“

Dies bedeutet, dass in allen nach dem 1. Januar 2013 umgesetzten Sponsoring-Verträgen die Sponso-



Ursula Augsten,
Steuerexpertin
des WLSB

Informationen zum Steuerrecht

Bei allgemeinen Steuerrechtsfragen, die Sportvereine betreffen, können Sie sich an das VereinsServiceBüro des WLSB wenden. Spezielle Fragen, die über eine schriftliche Erstberatung durch unsere Expertin Ursula Augsten hinausgehen, sind allerdings kostenpflichtig.

beim Thema Sponsoring

ren-Hinweise ohne Hervorhebung des Logos als nicht umsatzsteuerbar behandelt werden. Mithin sind entgegen der bisherigen Verwaltungsauffassung alle Sponsoren-Nennungen ohne besondere Hervorhebung kein umsatzsteuerpflichtiger Leistungsaustausch. Als Begründung führt der BMF aus, dass in diesen Fällen weder ein verbrauchsfähiger Vorteil im Sinne des gemeinsamen Mehrwertsteuerrechts vorläge, noch dem Sponsor Kosten erspart würden, die er sonst hätte tragen müssen. Anzumerken ist, dass die Frage, was unter „ohne besondere Hervorhebung“ zu verstehen ist, auch durch diesen Sponsoring-Erlass nicht geregelt wurde. Nach wie vor gilt, dass dies nach allgemeiner Verkehrsauffassung zu beurteilen ist.

Weitere wichtige Regelungen

Die OFD Karlsruhe regelt in ihrer Verfügung vom 15. Januar 2013 gleichzeitig weitere relevante umsatzsteuerliche Sachverhalte, zu denen wir nachfolgend ausführen. Ausdrücklich ist geregelt, dass in Fällen, in denen neben dem Förderhinweis und dem Firmen-Logo ohne besondere Hervorhebung auch ein allgemein bekannter Werbeslogan mit angebracht wird (z.B. Sponsor X-Bank – „Die Bank Ihres Vertrauens“), die umsatzsteuerliche Neuregelung keine Anwendung findet. Die Leistung wird damit zu einer aktiven Werbeleistung und somit auch zur Leistung im Rahmen eines steuerpflichtigen wirtschaftlichen Geschäftsbetriebs – mit der Folge der Ertragssteuerpflicht und der Anwendung des Umsatzsteuerregelsatzes.

Besonders ist darauf hinzuweisen, dass die heute übliche Vertragsgestaltung, der sponsernden Körperschaft auch Eintrittskarten – sogenannte VIP-Karten – zukommen zu lassen, zu steuerlichen Folgen führt. Sofern diese Eintrittskarten kostenlos sind, kann eine der Eintrittskarte innewohnende Steuerbefreiung (z.B. die Steuerbefreiung des § 4 Nr. 20 UStG für öffentliche Theater) bzw. der ermäßigte Um-

satzsteuersatz (für Eintrittskarten zu Sportveranstaltungen eines Vereins ohne bezahlte Sportler) nicht geltend gemacht werden. Der anteilige Betrag ist mit dem Regelsteuersatz der Umsatzsteuer zu unterwerfen.

Beliebt in Sponsoring-Verträgen sind nach wie vor sogenannte Fahrdienste, d.h., dass im Rahmen von Sportveranstaltungen ein Fahrdienst zur Verfügung gestellt wird. Hierbei gilt als Bemessungsgrundlage für die steuerpflichtige

Sponsoring-Leistung des Sportvereins der gemeine Wert der Sach- oder Dienstleistung des Sponsors. Dies gilt allerdings auch dann, wenn dieser Wert den Wert der Werbeleistung der steuerbegünstigten Einrichtung übersteigt. Bei einem krassen Missverhältnis zwischen dem Wert der Leistung des Sponsors und dem erstrebten wirtschaftlichen Vorteil beim Sponsor, ist analog dem Betriebsausgabenabzugsverbot ein Vorsteuerabzugsverbot zu verzeichnen.

Bedeutend ist auch, dass für Sponsoring-Leistungen, die als umsatzsteuerpflichtige Leistungen zu beurteilen sind, grundsätzlich Rechnungen mit Umsatzsteuer zu erteilen sind. Ob und wie weit der Verein bei den o.g. Sachleistungen einen Vorsteuerabzug aus den Rechnungen des Sponsors vornehmen kann, beurteilt sich nach der tatsächlichen Verwendung der Sach- und Dienstleistung. Hierbei ist zu beachten, dass ab dem 1. 10. 2013 für juristische Personen, für Sportvereine, ebenso für andere Vereine und juristischen Personen des öffentlichen Rechts eine Berechtigung zum Vorsteuerabzug nur noch im Umfang der Verwendung für die unternehmerische (wirtschaftliche) Tätigkeit besteht. In diesen Fällen ist die auf die Eingangsleistung entfallende Steuer entsprechend dem Verwendungszweck in einen abziehbaren und einen nicht absetzbaren Teil auf-

zuteilen. Wie schon bisher ist der Vorsteuerabzug ausgeschlossen, soweit der Gegenstand für steuerfreie Umsätze verwendet wird, beispielsweise für Fahrdienste im Rahmen von umsatzsteuerfreien Bildungseinrichtungen.

Auswirkungen der umsatzsteuerlichen Neuregelungen

Es stellt sich die Frage, welche Auswirkungen die umsatzsteuerliche Neuregelung auf die ertragsteuerliche Behandlung des Sponsoring hat. Die OFD Karlsruhe weist ausdrücklich in ihrer Verfügung vom 15. Januar 2013 darauf hin. Dort heißt es zu Fragen der Körperschaftsteuer, dass die bisherigen Regelungen im Anwendungserlass zur Abgabenordnung AEAO Nr. 9 zu § 64 AO und damit auch der Sponsoring-Erlass weiterhin Gültigkeit haben.

Mithin sind Sponsoren-Hinweise mit Logo-Nennung ohne besondere Hervorhebung zwar weiterhin ertragssteuerfrei, aber nicht etwa dem ideellen Bereich zuzuordnen. Dafür spricht auch, dass im aktuellen BMF-Schreiben ein Verweis auf die ertragssteuerliche Beurteilung im AEAO unterblieben ist und eine Änderung des AEAO gleichfalls nicht angekündigt ist. Aus Sicht der Sportvereine ist jedoch ausdrücklich zu beachten, dass im ertragssteuerlichen Sinn eine Gegenleistung in Form einer gewissen Werbeleistung vorliegt und mithin keine Zuwendung in Form einer Spende gegeben ist. Dies bedeutet, dass bei entsprechenden Förderhinweisen mit Logo-Nennung ohne besondere Hervorhebung auch keine Zuwendungsbestätigungen (Spendenbescheinigungen) ausgestellt werden dürfen. Wäre das der Fall, würde sich der Sportverein einem Haftungstatbestand aussetzen.

Mithin ist festzustellen, dass die Werbewirksamkeit und damit die unternehmerische Veranlassung einer Sponsorenzuwendung ertragsteuerlich und umsatzsteuerlich künftig auseinanderfallen können.

Ursula Augsten



Ein Veranstaltungsplakat mit dem bloßen Hinweis auf die Unterstützung von Sponsoren führt nicht zu Einkünften im Sinne eines wirtschaftlichen Geschäftsbetriebs.

**RÖLFS RP
STEUER-
BERATUNGS-
GESELLSCHAFT
GMBH**
Ursula Augsten
Steuerberaterin
Niederlassung
Stuttgart
Calwer Str. 7
70173 Stuttgart