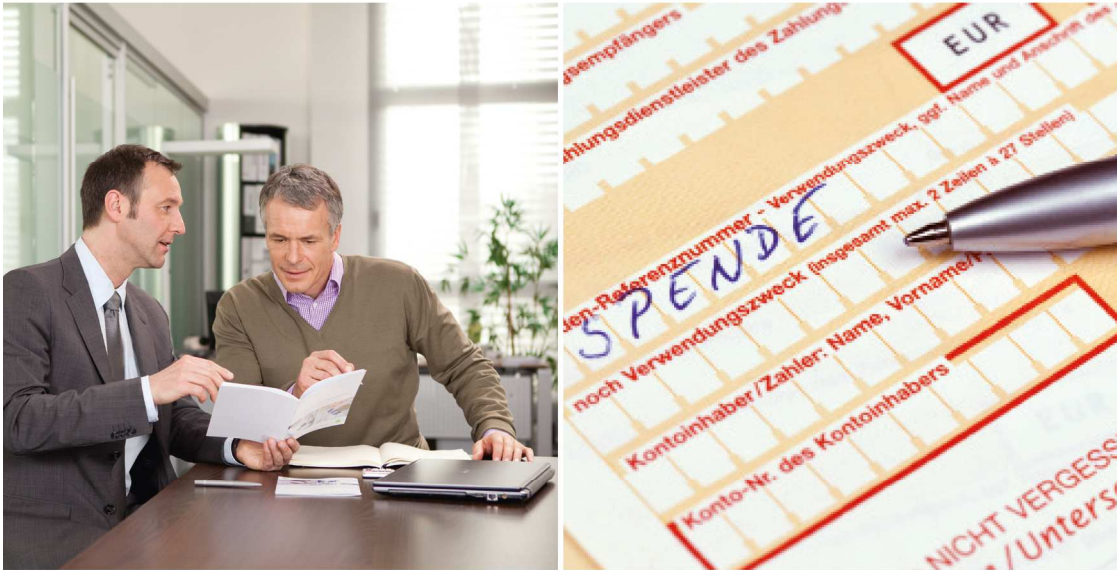


## Spenden und Sponsoring



**Mandanten-Info**

## **Spenden und Sponsoring**

### Vorwort

#### 1. Abgrenzung Mäzenatentum, Spenden, Geschenke und Sponsoring

#### 2. Spenden

##### 2.1 Formen und Werte der Spenden

##### 2.2 Begrenzungen der Abzugsfähigkeit von Spenden

##### 2.3 Voraussetzungen für die Anerkennung als Spende

##### 2.4 Zuwendungsbescheinigungen

##### 2.5 Erleichterungen bei Kleinspenden

##### 2.6 Spenden ins Ausland

##### 2.7 Steuerliche Behandlung der Spende beim Empfänger

#### 3. Sponsoring

##### 3.1 Sponsoringarten im Überblick

##### 3.2 Die steuerliche Behandlung von echten Sponsorenleistungen beim Sponsor

##### 3.3 Sponsorenleistungen als Betriebsausgaben beim Sponsor

##### 3.4 Die umsatzsteuerliche Behandlung von Sponsorenleistungen

##### 3.5 Die steuerliche Erfassung von Sponsorenleistungen beim Empfänger

#### 4. Mischformen

##### 4.1 VIP-Logen

##### 4.2 Incentive-Reisen

##### 4.3 Schiffsreisen

### Vorwort

Zunehmend ist bei Unternehmen die Rede von Corporate Governance, Corporate Compliance, Corporate (Social) Responsibility, Corporate Citizenship ... Wer die vielfältigen Anglizismen nicht mag, der kann auch „einfach“ von der Verantwortung eines Unternehmens seinem Umfeld, also seinen Kunden, Lieferanten, Mitarbeitern und der engeren oder breiteren Öffentlichkeit gegenüber sprechen. Und dann ist man schnell – schon wieder ein Anglizismus – beim Sponsoring gelandet.

Warum wird dann nicht von einer Spende gesprochen? Das kann man – allerdings gibt es zwischen Sponsoring und Spende einen „kleinen“, aber wichtigen (steuerlichen) Unterschied. Das eine ist als Betriebsausgabe abziehbar, die andere nicht.

Spenden zählen eigentlich zu den steuerlich nicht relevanten Kosten der allgemeinen Lebensführung, also zu den nichtabzugsfähigen Betriebsausgaben. Allerdings hat der Steuergesetzgeber hier Ausnahmen zugelassen: Teilweise können Sie Spenden doch steuerlich geltend machen. Das gilt auch für Geschenke – nur gelten hier andere Regeln als bei Spenden.

Wer dagegen als Sponsor auftritt, der gibt einer Person, Institution oder Organisation, die in sportlichen, kulturellen, kirchlichen, wissenschaftlichen, sozialen, ökologischen oder ähnlich gesellschaftspolitisch wichtigen Bereichen tätig sind, Geld oder gewährt geldwerte Vorteile. Der Aufwand für Sponsoring sind Betriebsausgaben. Es wird Sie aber nicht ernsthaft verwundern, dass auch hier die Finanzverwaltung vor den Erfolg den „Schweiß“ gesetzt, also strenge Regeln aufgestellt hat.

Die Abgrenzung zwischen Spende und Sponsoring ist nicht immer einfach – die steuerlichen Auswirkungen dagegen beträchtlich. Deshalb sollen Sie bei Zweifels- oder Auslegungsfragen unbedingt Ihren Steuerberater kontaktieren.

## 1. Abgrenzung Mäzenatentum, Spenden, Geschenke und Sponsoring

Beim Mäzenatentum stehen idealistische und uneigennütige Fördermotive im Vordergrund. Ein Mäzen fördert, ohne dafür konkrete Gegenleistungen zu erwarten, so wie es auch ein Spender tut. Mäzenatentum und Spende sind also in Bezug auf ihre steuerliche Einordnung eins.

Geschenke sind unentgeltliche Zuwendungen an andere Personen. Anders ausgedrückt: Geschenke sind Leistungen, die den Beschenkten zu keiner bestimmten Gegenleistung verpflichten. Der Unterschied zu Spenden: Der Empfänger muss nicht gemeinnützig, mildtätig oder kirchlich tätig sein, sondern kann z. B. ein Lieferant, ein Kunde oder ein eigener Mitarbeiter sein. Als Geschenke gelten nicht nur die obligate Flasche Wein oder Spirituosen, sondern auch Karten zu Sport- oder Kulturveranstaltungen respektive Einladungen in VIP-Logen oder Incentive-Reisen.

### **Tipp**

Die steuerliche Anerkennung von Geschenken ist recht restriktiv. Bitten Sie hier Ihren Steuerberater um die Mandanteninformation „Geschenke und Zuwendungen an Geschäftspartner und Arbeitnehmer“.

Wichtigstes Unterscheidungskriterium zwischen Sponsoring, Spende und Geschenk ist, dass der Spender oder Schenker im Gegensatz zum Sponsor keine konkrete Gegenleistung des anderen erhält.

## 2. Spenden

Der Bundesfinanzhof (BStBl. II 1988, 220 u. 1991, 258) definiert Spenden wie folgt: „Spenden sind Zuwendungen ... zur Förderung steuerbegünstigter Zwecke, die freiwillig oder aufgrund einer freiwillig eingegangenen Rechtspflicht erbracht werden, kein Entgelt für eine bestimmte Leistung des Empfängers sind und nicht in einem tatsächlichen wirtschaftlichen Zusammenhang mit dessen Leistung stehen.“ Damit ist klar: Für den unternehmerischen Spender sind Spenden keine Betriebsausgaben. Da aber mit Spenden Dinge und Tätigkeiten unterstützt werden, die beim Empfänger steuerlich begünstigt sind, soll natürlich auch der Spender nicht völlig leer ausgehen.

### 2.1 Formen und Werte der Spenden

Sie können Geld oder Sachen spenden. Bei Geldspenden ist es klar, dass Geld fließt. Da gibt es auch keine Diskussion über Werte, denn ein Euro ist ein Euro.

#### Wichtig

Bei einer Sachspende dagegen müssen Sie als Spender den Wert der Spende nachweisen. Diese Pflicht sollten Sie ernst nehmen. Da Sie vom Empfänger der Spende mit hoher Wahrscheinlichkeit eine Zuwendungsbescheinigung (unten) erhalten wollen, um die Spende steuerlich geltend machen zu können, wird dieser Ihnen garantiert keine „Gefälligkeitsbescheinigung“ ausstellen. Der Grund: Er haftet für die Richtigkeit der Zuwendungsbescheinigung.

Zur Wertfindung müssen Sie bei einer Sachspende unterscheiden, ob die Spende aus Ihrem Privatvermögen kommt oder ob sie aus einem Betriebsvermögen stammt. Bei Sachspenden aus dem Betriebsvermögen haben Sie die Wahl: Sie können die Spende entweder mit dem Teilwert (= Marktwert ohne Umsatzsteuer) ansetzen oder deren Buchwert zuzüglich Umsatzsteuer als Wert nehmen. Spenden Sie eine Sache aus Ihrem Privatvermögen, ermittelt sich deren Wert immer nach dem gemeinen Wert, also dem Marktwert der Sache inklusive Umsatzsteuer.

### 2.2 Begrenzungen der Abzugsfähigkeit von Spenden

Ein Spender, der eine natürliche Person ist, kann Spenden bis zu 20 Prozent seiner Gesamteinkünfte – steuerlich korrekt: seines Gesamtbetrags der Einkünfte – oder 4 Promille der Summe der gesamten Umsätze und der im Kalenderjahr aufgewendeten Löhne und Gehälter steuerlich als Sonderausgaben geltend machen (§ 10b EStG).

#### Wichtig

Kapitalerträge, die mit der Abgeltungsteuer „erledigt“ sind, werden ab 2012 nicht (mehr) bei der Berechnung des Höchstbetrags beim Spendenabzug berücksichtigt.

Der Spender, der eine juristische Person, also z. B. eine GmbH, ist, kann Spenden bis zu 20 Prozent seines Einkommens oder 4 Promille der Summe der gesamten Umsätze und der im Kalenderjahr aufgewendeten Löhne und Gehälter steuerlich geltend machen (§ 9 Abs. 1 KStG).

### **Tipp**

Haben Sie mehr gespendet, als Sie in einem Jahr steuerlich geltend machen können oder wirkt sich Ihre Spende wegen negativer Einkünfte steuerlich nicht aus, dann können Sie den „Restbetrag“ zeitlich unbegrenzt vortragen, so lange bis die Gesamtspende in voller Höhe aufgebraucht ist. Das Finanzamt wird den Spendenvortrag in einem gesonderten Bescheid feststellen. Sprechen Sie über die Möglichkeit des Vortrags mit Ihrem Steuerberater.

Zuwendungen an politische Parteien, also solche im Sinne des § 2 des Parteiengesetzes, können jährlich bis zur Höhe von insgesamt 1.650 Euro – bei zusammenveranlagten Ehepaaren und eingetragenen Lebenspartnern verdoppelt sich dieser Betrag auf insgesamt 3.300 – steuerlich geltend gemacht werden.

Nach § 34g EStG beträgt die Steuerermäßigung 50 % der Zuwendung an politische Parteien, höchstens jeweils 825 Euro für allein Stehende bzw. 1.650 Euro für zusammenveranlagte Eheleute oder eingetragene Lebenspartner. Der Teil der Spenden, der den nach § 34g EStG zu berücksichtigenden Betrag übersteigt, kann als Sonderausgaben geltend gemacht werden.

**Beispiel:** A, allein stehend, hat einer anerkannten Partei 2.400 Euro gespendet. 50 % davon sind 1.200 Euro. Er kann aber nach § 34g EStG höchstens 50 % von 1.650 Euro = 825 Euro geltend machen. Den „nicht verbrauchten Rest“ der Spende (2.400 Euro abzüglich 1.650 Euro = 750 Euro) kann er nach § 10b EStG im Rahmen der Höchstbeträge als Sonderausgaben abziehen.

### **Wichtig**

Nur natürliche Personen können ihre Parteispenden steuerlich geltend machen. Juristische Personen, also z. B. eine GmbH, können Parteispenden nicht absetzen.

## **2.3 Voraussetzungen für die Anerkennung als Spende**

Damit eine Zuwendung steuerlich überhaupt als Spende anerkannt wird, muss ihr Empfänger einen steuerbegünstigten Zweck verfolgen. Welche Zwecke das sein können, ist in der Abgabenordnung (§ 52 – § 54 AO) geregelt: gemeinnützige, mildtätige und kirchliche Zwecke.

## 2.4 Zuwendungsbescheinigungen

Spenden kann der Spender nur dann steuerlich geltend machen, wenn sie durch eine Zuwendungsbestätigung nachgewiesen werden. Diese Zuwendungsbestätigung muss der Empfänger nach amtlich vorgeschriebenem Vordruck ausstellen. Sie als Spender dürfen auf die Richtigkeit der Zuwendungsbescheinigung vertrauen (§ 10b Abs. 4 Satz 1 EStG).

## 2.5 Erleichterungen bei Kleinspenden

Bei Spenden bis 200 Euro benötigen Sie keine „klassische“ Spendenbestätigung nach amtlichem Muster. Es genügen die üblichen Angaben auf einem Kontoauszug oder PC-Ausdruck bei Online-Banking.

### **Tipp**

Sie können solchermaßen vereinfacht mehrfach im Jahr 200 Euro spenden.

## 2.6 Spenden ins Ausland

Spenden ins Nicht-EU-Ausland können Sie (zumindest aktuell noch) nicht in Deutschland steuerlich geltend machen. Seit 2007 sind aber Spenden an Organisationen in Staaten der Europäischen Union (EU-Ausland) in Deutschland steuerlich abzugsfähig. Allerdings müssen Sie als Spender bei jeder Spende nachweisen, dass der Empfänger nach deutschem Recht gemeinnützig, mildtätig oder kirchlich tätig ist. Es dürfte in der Praxis schwer sein, ausreichend Dokumente so zu beschaffen, dass das Finanzamt „zufrieden“ ist. Die Folge: Es wird die steuerliche Geltendmachung ablehnen.

### **Tipp**

Ob diese Praxis steuerrechtlich so zulässig ist, muss noch entschieden werden. Hier ist ein Verfahren vor dem Bundesfinanzhof (X R 7/13) anhängig. Wenn Sie in einer ähnlichen Lage sind, sprechen Sie am besten mit Ihrem Steuerberater über Ihre Möglichkeiten.

## 2.7 Steuerliche Behandlung der Spende beim Empfänger

Eine Spende, die für gemeinnützige, mildtätige oder kirchliche Zwecke gegeben wird, ist beim Empfänger sowohl einkommen- oder körperschaft- als auch umsatzsteuerfrei. Eine Zweckbindung der Spende ist steuerlich unschädlich, solange es sich um einen steuerbegünstigten Zweck handelt.



### 3. Sponsoring

Ein Sponsor gewährt einer Organisation, Gruppe oder einzelnen Personen im sportlichen, kulturellen, sozialen und ähnlich bedeutsamen gesellschaftlichen Bereichen Geld oder geldwerte Vorteile, z. B. auch Dienstleistungen. Er verbindet damit regelmäßig auch eigene unternehmensbezogene Interessen wie z. B. Imagegewinn, Steigerung der Unternehmensbekanntheit... Es liegt also eine über die reine Danksagung hinausgehende Gegenleistung des Gesponserten vor. Wie die Gegenleistung aussieht, darüber wird ein Vertrag abgeschlossen. Die Gegenleistung muss übrigens nicht zwangsläufig so gewichtig sein wie die Leistung.

#### **Tipp**

Ein Sponsoringvertrag ist nicht formgebunden, kann also auch mündlich oder „durch Handschlag“ geschlossen werden. Zu empfehlen ist das allerdings nicht. Und zwar weder aus rechtlichen Gründen noch aus steuerlicher Sicht. Um zu vermeiden, dass es Streit über Höhe, Form und Zeitpunkt der Leistung und Gegenleistung gibt, ist ein schriftlicher Vertrag, in dem sowohl die Leistungen als auch die Gegenleistungen genau festgelegt werden, besser. Auch gegenüber dem Finanzamt lässt es sich leichter argumentieren, wenn ein Sponsoringvertrag schriftlich vorliegt und seine Durchführung nachgewiesen werden kann.

#### 3.1 Sponsoringarten im Überblick

Es gibt eine Unmenge von Sponsoringarten. Allein z. B. im Sportbereich sind denkbar: Dienstleistungssponsoring, Geld- oder Sachsponsoring, Gewinnspielsponsoring, Grafiksponsoring, Internet- oder Mediensponsoring, Mannschafts- oder Einzelsponsoring, Programmsponsoring, Veranstaltungssponsoring... Allen gemeinsam ist, dass bei ihnen einer Leistung eine Gegenleistung gegenüber steht.

### 3.2 Die steuerliche Behandlung von echten Sponsorenleistungen beim Sponsor

Echte Leistungen eines Sponsors, also solche, die keine Spenden und auch keine steuerlich nicht abziehbaren Kosten der Lebensführung (§ 12 Nr. 1 EStG) oder – bei Kapitalgesellschaften, wie z. B. einer GmbH – verdeckte Gewinnausschüttungen (§ 8 Abs. 3 Satz 2 KStG) sind, sind Betriebsausgaben.

#### **Tipp**

Umsatzsteuerpflichtige Sponsoren sollten für Leistungen „ganz normal“ Rechnungen ausstellen und solche für Gegenleistungen erhalten. Die Rechnungen müssen natürlich – um steuerlich anerkannt zu werden und zum Vorsteuerabzug zu berechtigen – die Voraussetzungen der §§ 14 und 14a UStG einhalten.

Kann der Gesponserte vertragsgemäß selbst über die Verwendung der Sponsorenleistung entscheiden und verspricht sich der Sponsor von seinem Engagement wirtschaftliche Vorteile, wie z. B. einen höheren Bekanntheitsgrad seines Unternehmens, sind seine Aufwendungen Betriebsausgaben.

Wenn der Sponsor aber bestimmt, wer, wann, in welcher Höhe seine Förderungen, warum bekommt, muss genauer differenziert werden: Es gilt herauszufinden, ob der Sponsor lediglich für seine Werbung bezahlt oder darüber hinaus auch für Bewirtungen oder Geschenke. Es ist auch herauszufinden, ob die Sponsorenleistungen überhaupt angemessen sind.

#### **Tipp**

Die Aufwendungen für die Werbung sind uneingeschränkt Betriebsausgaben. Bei Bewirtungen gelten die „üblichen“ aktuellen Restriktionen: Es sind also lediglich 70 % als Betriebsausgabe abzugsfähig, die Vorsteuer dagegen kann aus dem gesamten Betrag gezogen werden. Bei Geschenken gelten ebenfalls Restriktionen. So liegt die Freigrenze für ein Kundengeschenk bei 35 Euro. Auch in der Buchführung müssen Sie bei Geschenken besondere Bestimmungen einhalten. Bei „Gefälligkeitsponsoring“, also einer überflüssigen Leistung, oder bei einer unangemessen hohen Leistung, ist der Sponsoringaufwand in voller Höhe vom Betriebsausgabenabzug ausgeschlossen (BFH-Urteil vom 02.08.2012 – IV R 25/09). Bei natürlichen Personen liegen dann steuerlich irrelevante Kosten der allgemeinen Lebensführung vor, bei juristischen Personen eine verdeckte Gewinnausschüttung. Am besten ist, Sie kontaktieren bei unklaren Abgrenzungen Ihren Steuerberater bereits im Vorfeld.

### 3.3 Sponsorenleistungen als Betriebsausgaben beim Sponsor

Das Finanzamt muss Ihre Sponsorenleistungen als Betriebsausgabe anerkennen, wenn sie betrieblich veranlasst sind, und wenn Sie einen wirtschaftlichen Vorteil für Ihr Unternehmen anstreben.

Schon allein die Sicherung oder die Erhöhung des unternehmerischen Ansehens (Public Relation, Öffentlichkeitsarbeit) ist ein solcher wirtschaftlicher Vorteil (BFH vom 03.02.1993 – I R 37/91). Auch die „schlichte“ Werbung für Ihre Produkte ist ein wirtschaftlicher Vorteil.

#### **Tipp**

Das Finanzamt muss Ihre angemessenen Aufwendungen als Betriebsausgabe anerkennen, auch wenn es der Meinung ist, dass die Leistungen nicht notwendig, üblich oder zweckmäßig sind. Es ist Ihre unternehmerische Entscheidung, ob und wen Sie in angemessener Weise sponsern. Es ist auch Ihre unternehmerische Entscheidung, wie viel Gegenleistung Sie für Ihre Sponsorenleistung erwarten. Anders ausgedrückt: Leistung und Gegenleistung müssen nicht gleichwertig sein. Nur dann, wenn zwischen Leistung und Gegenleistung ein offensichtlich krasses Missverhältnis besteht, wird das Finanzamt Ihnen den Betriebsausgabenabzug versagen (§ 4 Abs. 5 Satz 1 Nr. 7 EStG). Ob das aber so ist, darüber kann man durchaus geteilter Meinung sein. Besprechen Sie also eine Ablehnung Ihrer Betriebsausgaben und Ihre Reaktionsmöglichkeiten unbedingt mit Ihrem Steuerberater.

Wenn Sie als Sponsor folgende Möglichkeiten im Sponsoringvertrag festschreiben, ist ein Betriebsausgabenabzug „gerettet“ – unter der Voraussetzung natürlich, dass der Vertrag auch wie vereinbart durchgeführt wird:

- Sie vereinbaren werbewirksame Hinweise auf sich als Sponsor: Sie als Sponsor lassen Produkt- oder Unternehmenskennzeichen auf Plakaten, Fahrzeugen, in Katalogen, auf Eintrittskarten... des Sponsoringempfängers anbringen. Sie werden in Zeitungen, Rundfunk oder Fernsehen als Sponsor genannt. Sie als Sponsor nehmen an Pressekonferenzen und anderen öffentlichen Veranstaltungen des Gesponserten teil.
- Sie vereinbaren öffentlichkeitswirksame Hinweise: Sie vereinbaren als Gegenleistung des Gesponserten, dass Sie sein Emblem oder Logo nutzen dürfen, um selbst auf Ihre Unterstützung hinzuweisen. Der Verweis muss geeignet sein, Ihr unternehmerisches Ansehen in der Öffentlichkeit zu sichern und auszuweiten.

Für Sie als Sponsor ist es gleichgültig, in welchen Bereich des Empfängers Ihre Zahlungen fließen. Ist der Empfänger beispielsweise ein gemeinnütziger Verein und fällt Ihre Zahlung in dessen ideellen Bereich, dann heißt das beileibe nicht, dass Ihnen als Sponsor der Betriebsausgabenabzug verweigert werden könnte. Die steuerliche Behandlung der Leistungen beim leistenden Unternehmer hängt grundsätzlich nicht davon ab, wie sie beim Leistungsempfänger behandelt werden.

### 3.4 Die umsatzsteuerliche Behandlung von Sponsorenleistungen

Grundsätzlich besteht bei Sponsorenleistungen ein Leistungsaustausch, der auch im umsatzsteuerlichen Sinn relevant ist: Der Sponsor gewährt Zuwendungen in Geld oder in geldwerten Vorteilen. Der Empfänger erbringt im Gegenzug eine Gegenleistung, meist eine Werbeleistung für den Sponsor. Damit sind „eigentlich“ die Voraussetzungen für eine Umsatzsteuerpflicht erfüllt, da ein Leistungsaustausch, etwa durch Trikot- und Bannerwerbung oder Wiedergabe des Logos auf der Internetseite erfolgt.

#### Wichtig

Seit 2013 wird mit der bloßen Nennung des Sponsors, also einer Nennung ohne besondere Hervorhebung dem Sponsor vom Zuwendungsempfänger weder ein verbrauchsfähiger Vorteil gewährt, noch werden ihm Kosten erspart, die er sonst hätte aufwenden müssen. Folglich ist diese Leistung umsatzsteuerfrei (BMF-Schreiben vom 13.11.2012 – IV D 2 – S 7100/08/10007:00). Anders ausgedrückt: Weist der Gesponserte auf Plakaten, in Veranstaltungshinweisen oder in der Vereinshalle durch Banner „nur“ auf die Unterstützung durch den Sponsor hin, ist das keine (umsatzsteuerpflichtige) Leistung im Rahmen eines Leistungsaustausches.

Was aber ist unter einem Hinweis „ohne besondere Hervorhebung“ zu verstehen? Abschließend – also höchstrichterlich oder gesetzgeberisch – ist dies (noch?) nicht geklärt. Es kann also Streitpotenzial gegeben sein. Nach dem gesunden Menschenverstand kann man aber wohl davon ausgehen, dass ein Hinweis „ohne besondere Hervorhebung“ einer ohne nennenswerte Werbewirkung ist. Entspricht der Hinweis eher einer Anzeige, dann dürfte er umsatzsteuerlich (wieder) relevant werden.

#### Tipp

Die Verlinkung auf der Internetseite ist ausdrücklich umsatzsteuerbar. Nach Auffassung der Finanzverwaltung gilt eine Verlinkung als konkrete Werbeleistung – wie eine Anzeige in einer Zeitung oder Zeitschrift. Besprechen Sie mögliche Sponsorenleistungen mit Ihrem Steuerberater auch unter umsatzsteuerlichen Gesichtspunkten.

#### Tipp

Grenzen Sie im Sponsoringvertrag Leistungen und Gegenleistungen auch aus umsatzsteuerlichen Gesichtspunkten gegeneinander ab. „Gemischte“ Sponsorenleistungen, also solche Leistungen, die sowohl mit als auch ohne Gegenleistungen ausgeführt werden, führen nämlich dazu, dass das gesamte Leistungspaket umsatzsteuerbar ist.

### 3.5 Die steuerliche Erfassung von Sponsorenleistungen beim Empfänger

Ist der Sponsoringempfänger ein Unternehmer, z. B. ein Sportler oder selbstständiger Künstler, hat er „ganz normale“ Betriebseinnahmen durch die Sponsorenleistungen. Für die umsatzsteuerlichen Folgen bei ihm kommt es darauf an, ob er umsatzsteuerlicher Kleinunternehmer ist oder nicht.

Ist der Empfänger eine Organisation oder Institution mit gemeinnützigen, mildtätigen oder kirchlichen Zwecken, dann muss abgegrenzt werden, in welchem Bereich die Sponsorenleistung „ankommt“: im ideellen Bereich, im Zweckbetrieb inklusive der Vermögensverwaltung oder im wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb.

Sponsoring im ideellen Bereich führt zu keinen steuerpflichtigen Einnahmen. Auch umsatzsteuerlich ergeben sich hier keine Konsequenzen.

Die Abgrenzung zwischen Sponsoring in den beiden anderen Sphären dagegen ist schwierig.

Ein steuerfreies Sponsoring im Bereich der Vermögensverwaltung liegt vor, wenn der Empfänger nur die Nutzung seines Namens zu Werbezwecken überlässt, es also duldet, dass sein Name verwendet wird, ohne selbst aktiv an der Werbemaßnahme mitzuwirken. Dies ist beispielsweise der Fall, wenn der Sponsor zur Imagepflege oder zu Werbezwecken auf seine Leistungen an den Empfänger hinweist. Gleiches gilt, wenn der Empfänger auf Plakaten oder in Katalogen und Ähnlichem auf die Unterstützung durch einen Sponsor hinweist. Die Nennung der Sponsoren darf nur schlicht, nicht reklamehafte erfolgen. Auch übertriebene Dank-sagungen schaden.

Umsatzsteuerlich ergeben sich auch hier seit dem 1.1.2013 keine Konsequenzen, die Leistung ist umsatzsteuerfrei (BMF-Schreiben vom 13.11.2012 – IV D 2 – S 7100-08/10007:00).

Ein für den Empfänger steuerpflichtiges Sponsoring dagegen liegt immer dann vor, wenn er aktiv an Marketing- oder Werbemaßnahmen mitwirkt. Dies ist beispielsweise der Fall, wenn der Sponsor die Möglichkeit hat, für seine Leistungen zu werben oder der Empfänger aktiv an den Marketing- und Werbemaßnahmen mitwirkt. Ein solches gewerbliches Sponsoring begründet auf der Empfängerseite einen „Betrieb gewerblicher Art“, der – wenn die übrigen Voraussetzungen des Umsatzsteuergesetzes erfüllt sind, er also kein Kleinunternehmer ist – voll umsatzsteuerpflichtig ist und 19 % in Rechnung stellen muss. Und natürlich sind die Einnahmen ertragsteuerlich nicht begünstigt, sondern voll zu versteuern.

#### **Wichtig**

Für Sponsoringleistungen dürfen im Gegensatz zu Spenden keine Zuwendungsbestätigungen (§ 10 b EStG) ausgestellt werden.

## 4. Mischformen

Nicht immer sind Sponsoringverträge so eindeutig, dass genau zwischen Geschenken, Spenden und Sponsoring unterschieden werden kann. Solche „Gesamtpakete“ haben bereits die Gerichte bis zum Bundesfinanzhof beschäftigt, aber auch die Finanzverwaltung, die hier durchaus bemüht ist, praxisorientiert – weil ja auch öffentlich-rechtliche Aufgaben durch Zuwendungen unterstützt werden – einfache Lösungen anzubieten.

### 4.1 VIP-Logen

Wird Ihnen als unternehmerischem Sponsor ein Gesamtbetrag in Rechnung gestellt, der neben der Werbeleistung auch die Überlassung von Eintrittskarten und Bewirtung umfasst, können Sie nach Auffassung der Finanzverwaltung (BMF-Schreiben vom 22.08.2005 – IV B 2 – S 2144 – 41/05) den Rechnungsbetrag aufteilen in:

- Werbung: 40 % = in vollem Umfang Betriebsausgabe
- Bewirtung: 30 % = zu 70 % Betriebsausgabe und
- Geschenke: 30 %, davon wiederum entfallen 50 % an Arbeitnehmer und 50 % an Geschäftsfreunde.

### 4.2 Incentive-Reisen

Incentive-Reisen sind Reisen, mit denen eine besondere Anstrengung belohnt werden soll. Alle Ausgaben sind unstrittig Betriebsausgaben. Bei Arbeitnehmern sind solche Incentive-Reisen in aller Regel Arbeitslohn.

#### **Hinweis**

Betreut ein Außendienstmitarbeiter auf Geheiß seines Arbeitgebers Kunden im Rahmen einer Kundenveranstaltung, kann dies im ganz überwiegend eigenbetrieblichen Interesse des Arbeitgebers liegen und daher die Zuwendung eines lohnsteuerrechtlichen Vorteils ausschließen (BFH vom 16.10.2013 – VI R 78/12).

Werden Geschäftspartner eingeladen, ist die Reise bei diesen zuerst (steuerpflichtige) Betriebseinnahme und gleichzeitig Entnahme (BFH vom 22.07.1988 – III R 175/85).

Die Kosten für Incentive-Reisen können als Geschenk pauschal nach § 37b EStG versteuert werden. Da die gesamten Kosten Betriebsausgaben sind, ist auch die vom Auslobenden übernommene Pauschalsteuer Betriebsausgabe.

### 4.3 Schiffsreisen

Das Einkommensteuergesetz schließt Kosten für Schiffsreisen und damit zusammenhängende Bewirtungen bewusst aus vom Betriebsausgabenabzug. Der Grund: Dies sei eine unangemessene Repräsentation, die nicht „auf die Allgemeinheit abgewälzt“ werden soll. Nur dann, wenn ein Zusammenhang mit der Unterhaltung der Geschäftspartner oder der Repräsentation des Unternehmens ausgeschlossen werden könne, ist ein Betriebsausgabenabzug möglich. Das aber ist bei den Kosten für eine Regatta-Begleitfahrt mit Geschäftspartnern anlässlich der Kieler Woche nicht der Fall (BFH vom 02.08.2012 – IV R 25/09). Damit waren diese Aufwendungen nicht als Betriebsausgaben abziehbar.