

Einsatz von Sponsoring zur Unterstützung von Gemein- schaftsverkehren

1 Grundsätzliches

Beim Sponsoring stellt ein Unternehmen Einzelpersonen, Personengruppen oder Organisationen Geld- und/oder Sachleistungen für sportliche, soziale oder andere gesellschaftliche Zwecke zur Verfügung. Es erhält im Gegenzug vom Gesponserten einen wirtschaftlichen Vorteil in Gestalt

- *aktiver* Gegenleistungen, z.B. werbewirksame Produkthinweise auf Veranstaltungspaketen, Fahrzeugen des Zuwendungsempfängers, Werbeanzeigen in Vereinschriften; oder
- *Duldungsleistungen*, z.B. Nennung des Unterstützers (Namen, Logo) auf Plakaten, Internetseiten u.ä.

Der Vorteil des Sponsorings besteht für das Unternehmen darin, dass es die Aufwendungen relativ einfach und unbegrenzt als Betriebsausgaben absetzen kann. Förderung und Gegenleistung müssen dafür in keinem ausgeglichenen Verhältnis stehen. Ohne jeglichen Hinweis auf das zu fördernde Unternehmen handelt es sich allerdings nicht um Sponsoring (krasses Missverhältnis), sondern lediglich um eine freiwillige Zuwendung oder Spende. Die Gemeinnützigkeit des Zuwendungsempfängers ist keine Voraussetzung für die Anerkennung als Betriebsausgabe.

Duldungsleistungen führen zu keinem Leistungsaustausch im Sinne des Umsatzsteuerrechts, so dass der Sponsor keine Vorsteuer geltend machen kann. Sponsoring bietet damit für nicht-gemeinnützige Körperschaften die Möglichkeit, den Nachteil keine Spenden, sondern nur Schenkungen erhalten zu können, zumindest teilweise zu kompensieren. Grund hierfür ist, dass der Sponsor anders als der Spender seine Aufwendungen unbegrenzt steuerlich geltend machen kann.

Die Behandlung als Betriebsausgabe beim *Sponsor* hat keinen Einfluss auf die ertragssteuerliche Behandlung beim Gesponserten (kein Korrespondenzprinzip) (siehe Übersicht). Für die *Gesponserten* kommt es aus ertragssteuerlicher Sicht darauf an, ob sie als gemeinnützig anerkannt sind und welcher Form die Gegenleistung ist.

Im Falle der Gemeinnützigkeit ist zu unterscheiden zwischen dem ideellen Bereich, der Vermögensverwaltung und dem wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb. Erhält der Sponsor lediglich eine



Duldungsleistung, handelt es sich um eine *nicht-steuerpflichtige Einnahme* der Vermögensverwaltung. Im Falle einer *aktiven Gegenleistung* handelt es sich um eine *ertragssteuerpflichtige Einnahme* des Wirtschaftsbetriebs.

Für nichtgemeinnützige Vereine sind die Erträge aus dem Sponsoring steuerpflichtig sofern die Freigrenzen überschritten werden. Liegen Duldungsleistungen vor, so sind die Erträge bzw. Zuwendungen nicht dem wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb zuzuordnen (§ 4 Abs. 5 Satz 1 Nr. 7 EStG). Wirkt die gemeinnützige Körperschaft dagegen an den Werbemaßnahmen mit, so liegt ein wirtschaftlicher Geschäftsbetrieb vor. Die Erträge werden steuerpflichtig.

Es handelt sich auch nicht um eine Leistung i.S. des Umsatzsteuerrechts, sofern es sich nur um eine Duldungsleistung handelt. Für den Zuwendungsempfänger kommt es dagegen darauf an, ob die Zuwendung dem ideellen und gemeinnützigen Bereich zugeschrieben wird oder dem wirtschaftlichen Bereich.

2 Sonderfall des Sozialsponsorings: Überlassung eines Werbemobils

Die Träger von Gemeinschaftsverkehren erwerben üblicherweise das Eigentum an den benötigten Fahrzeugen. Ihre Finanzierung erfolgt mittlerweile zu einem erheblichen Teil über Investitionszuschüsse der Länder, aber nach wie vor auch über Spenden und Sponsoring. Die Träger stellen üblicherweise den Sponsoren Werbeflächen auf den Fahrzeugen als Gegenleistung bereit.

Eine neuere Variante des Sponsorings besteht in der Gebrauchsüberlassung eines *Werbemobils* für die keine Zahlungen an den Werbeunternehmer zu zahlen sind. Werbefirmen bringen im Auftrag ihrer Kunden Werbeflächen auf von ihnen erworbenen Kraftfahrzeugen an, die sie dann verschiedenen Organisationen (z.B. soziale Einrichtungen, Vereinen, Verbänden, Kommunen) überlassen.

Die Versicherungs- und Betriebskosten müssen die Gesponserten tragen. Das Eigentum bzw. der Kraftfahrzeugbrief verbleibt dabei grundsätzlich bis zum Ende der Vertragslaufzeit bei der Werbefirma. Danach sind grundsätzlich drei Varianten denkbar:

- Die Vertragslaufzeit entspricht der betriebsgewöhnlichen Nutzung. Mit Ablauf des Vertrages geht das Eigentum am Fahrzeug auf die gesponserte Organisation über.
- Die betriebsgewöhnliche Nutzung ist länger als die Vertragslaufzeit. Gleichwohl wird das Eigentum nach Vertragsende der gesponserten Organisation übertragen.



Übersicht: **Steuerliche Behandlung des Sponsoring beim Empfänger**

	Gemeinnützige Körperschaft		Nicht-gemeinnützige Körperschaft	
	Aktive Gegenleistung	Duldungsleistung	Aktive Gegenleistung	Duldungsleistung
Ideeller Bereich		<p>Nur Hinweis auf Sponsor durch Empfänger</p> <p>Ertragssteuerfrei</p> <p>kein Leistungsaustausch im Sinne des Umsatzsteuerrechts</p>		
Vermögensverwaltung/ Zweckbetrieb³	Umsatzsteuerpflichtig (ermäßigter Steuersatz)	<p>Sponsor weist zu Werbezwecken auf Leistungen für den Empfänger hin, Empfänger gestattet Nutzung seines Namens zu Werbezwecken</p> <p>Ertragssteuerfrei (Verein gestattet Nutzung seines Namens durch Sponsor zu Werbezwecken)</p> <p>kein Leistungsaustausch im Sinne des Umsatzsteuerrechts</p>		
Wirtschaftlicher Geschäftsbetrieb	<p>Ertragssteuerpflichtig (Besteuerungsgrenze/Freigrenze)</p> <p>Umsatzsteuerpflichtig (Regelsteuersatz)</p>		<p>Ertragssteuerpflichtig (Freigrenze)</p> <p>Umsatzsteuerpflichtig (Regelsteuersatz)</p>	

Quelle: Eigene Darstellung. – ¹ **Rote Felder:** Fehlende Gemeinnützigkeit schließt Art des Geschäftsbetriebs aus. – ² **Gelbe Felder:** Gemeinnützigkeit in Verbindung mit der Art des Geschäftsbetriebs schließt Leistungsform aus. – ³ Ein Zweckbetrieb ist eine Variante des wirtschaftlichen Geschäftsbetriebs. Er wird aber steuerlich analog der Vermögensverwaltung behandelt.



- Das Fahrzeug geht nach Vertragsende wieder in den Besitz der Werbefirma über.

Geht nach Vertragsende das Eigentum auf die Körperschaft über, so hat diese die aufgebrachte Werbung zu entfernen.

Das Entgelt für das Fahrzeug besteht in der Werbeleistung. Dabei erbringt die gesponserte Körperschaft eine aktive Gegenleistung, insofern sie sich verpflichtet, das Fahrzeug mit der aufgebrachten Werbung für die Dauer des Vertrages möglichst häufig und öffentlichkeitswirksam einzusetzen, u.a. auch durch eine werbewirksame Fahrzeugübergabe im Beisein der Sponsoren.

Damit liegt ein *steuerbarer Umsatz* vor, hier in der Sonderform eines tauschähnlichen Umsatzes (§ 3 Abs. 12 UStG). Es stehen sich nämlich zwei sonstige Leistungen gegenüber, die über die Modalitäten der Entgeltvereinbarungen (Tausch) miteinander verknüpft sind. Mit der Überlassung des Werbemobils entsteht die Steuerpflicht bei der Werbefirma – Basis sind die Anschaffungskosten des Fahrzeugs.

Mit dem Ablauf des Vertrages ist die Gegenleistung durch die Gesponserten erbracht, die ebenfalls umsatzsteuerpflichtig ist. Da davon ausgegangen wird, dass sich die Leistungen im Gegenwert entsprechen, ist die zu leistende Mehrwertsteuer in beiden Fällen gleich. Der Gesponserte kann einen Vorsteuerabzug geltend machen. Der tauschähnliche Umsatz wird immer dem wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb zugeordnet, so dass insoweit kein Unterschied in der steuerlichen Behandlung zwischen gemeinnützigen und nicht-gemeinnützigen Körperschaften besteht. Die Erträge sind allerdings körperschaftssteuerpflichtig, wobei die Besteuerungsgrenze für einen gemeinnützigen Verein bei 35 000 € liegt.

Eine solche Vollfinanzierung steht aber dem Erhalt öffentlicher Investitionszuschüsse entgegen. Die Länder übernehmen mittlerweile eine Teilfinanzierung, wenn bestimmte Bedingungen erfüllt sind. Diese Mittel werden häufig von den Kommunen aufgestockt. Die Restfinanzierung obliegt dem Zuwendungsempfänger. Der Träger eines Gemeinschaftsverkehrs muss also abwägen, welche Option günstiger für ihn ist. Dabei ist zu beachten, dass im Falle des Werbemobils keine zusätzlichen Einnahmen mehr über Werbeflächen erzielt werden können. Hinzu kommen steuerliche Überlegungen: Investitionszuschüsse sind zwar ertragssteuerpflichtig, können aber erfolgsneutral vereinnahmt werden (s. o.). Werbemobile führen zu ertrags- und umsatzsteuerpflichtigen Einnahmen.

Autor

Hermann Rappen

Redaktionsschluss: 25.02.2020