

# Workshop „Sponsoringverträge rechtssicher gestalten“

## Sponsoring

- Eine steuerliche Einordnung -

**23.02.2017**

Thomas Krüger  
Rechtsanwalt

# Gliederung

---

**A. Einleitung**

**B. Steuerliche Einordnung von Sponsoring**

**C. Besteuerung von Sponsoringerträgen**

**D. Gestaltungsmöglichkeiten**

**E. Fazit**

# A. Einleitung - Begriff

---

## I. Begriff des Sponsoring

Unter Sponsoring wird üblicherweise die Gewährung von Geld oder geldwerten Vorteilen durch Unternehmen zur Förderung von Personen, Gruppen und/oder Organisationen in sportlichen, kulturellen, kirchlichen, wissenschaftlichen, sozialen, ökologischen oder ähnlich bedeutsamen gesellschaftspolitischen Bereichen verstanden, mit der regelmäßig auch eigene unternehmensbezogene Ziele der Werbung oder Öffentlichkeitsarbeit verfolgt werden. Leistungen eines Sponsors beruhen häufig auf einer vertraglichen Vereinbarung zwischen dem Sponsor und dem Empfänger der Leistungen (Sponsoring-Vertrag), in dem Art und Umfang der Leistungen des Sponsors und des Empfängers geregelt sind.

BMF: Sponsoringerrlass vom 18.02.1998 (übernommen in AEA0 Nr. 7 bis 11 zu § 64)

# A. Einleitung - Beispiele

**Gemeinsam handeln.  
Gemeinsam genießen.**

Machen Sie mit!

**Krombacher  
REGENWALD-PROJEKT  
2008**

**1 Kasten = 1 m<sup>2</sup>\***

**Krombacher**

\* Mit jedem verkauften Kasten Krombacher Pils, Weizen, Radler und Alkoholfrei fließt eine Spende in die Regenwald-Stiftung des WWF. Diese sorgt für den Schutz vor Wilderei und Holzeinschlag, die Ausbildung und Ausrüstung von Park-Rangern sowie den Aufbau von ökologischer Forstwirtschaft.  
Aktionszeitraum: 4. April bis 29. Juni 2008. Weitere Informationen erhalten Sie unter [www.wwf.de](http://www.wwf.de) oder [www.krombacher.de](http://www.krombacher.de)

PARTNER DER NACHHALTIGKEIT

# A. Einleitung - Beispiele



# A. Einleitung - Beispiele





# A. Einleitung - Beispiele



## B. Arten von Sponsoring

---

**Grundlegende Festlegungen zur steuerlichen Einordnung des Sponsoring finden sich im Sponsoringenerlass vom 18.02.1998. Es wird unterschieden zwischen:**

- Steuerliche Behandlung beim Sponsor
- Steuerliche Behandlung bei steuerbegünstigten Empfängern

(Behandlung muss nicht korrespondieren!)



# B. Arten – Steuerliche Behandlung beim Sponsor

---

## Leistungen des Sponsors:

- Spende
- Betriebsausgabe
- Private Kosten

# B. Arten – Steuerliche Behandlung beim Sponsor

---

## Spenden

- freiwillig
- Kein Entgelt für eine bestimmte Leistung
- Nicht im wirtschaftlichen Zusammenhang mit Leistungen des Empfängers

(Abzugsfähigkeit von Spenden beschränkt auf bis zu 20 % des „Einkommens“ bzw. 4 ‰ der Summe aus Jahresumsatz und Löhnen/Gehältern bei Unternehmen, unbegrenzter Vortrag möglich)

# B. Arten – Steuerliche Behandlung beim Sponsor

---

## **Betriebsausgaben:**

- Sponsoring-/Werbeaufwand hat wirtschaftlichen Vorteil für den Sponsor
- Aufwendungen dürfen auch abgezogen werden, wenn die Leistungen des Sponsors und die erstrebten Werbeziele nicht gleichwertig sind.
- Es darf aber kein krasses Missverhältnis zwischen Leistung und Gegenleistung bestehen.

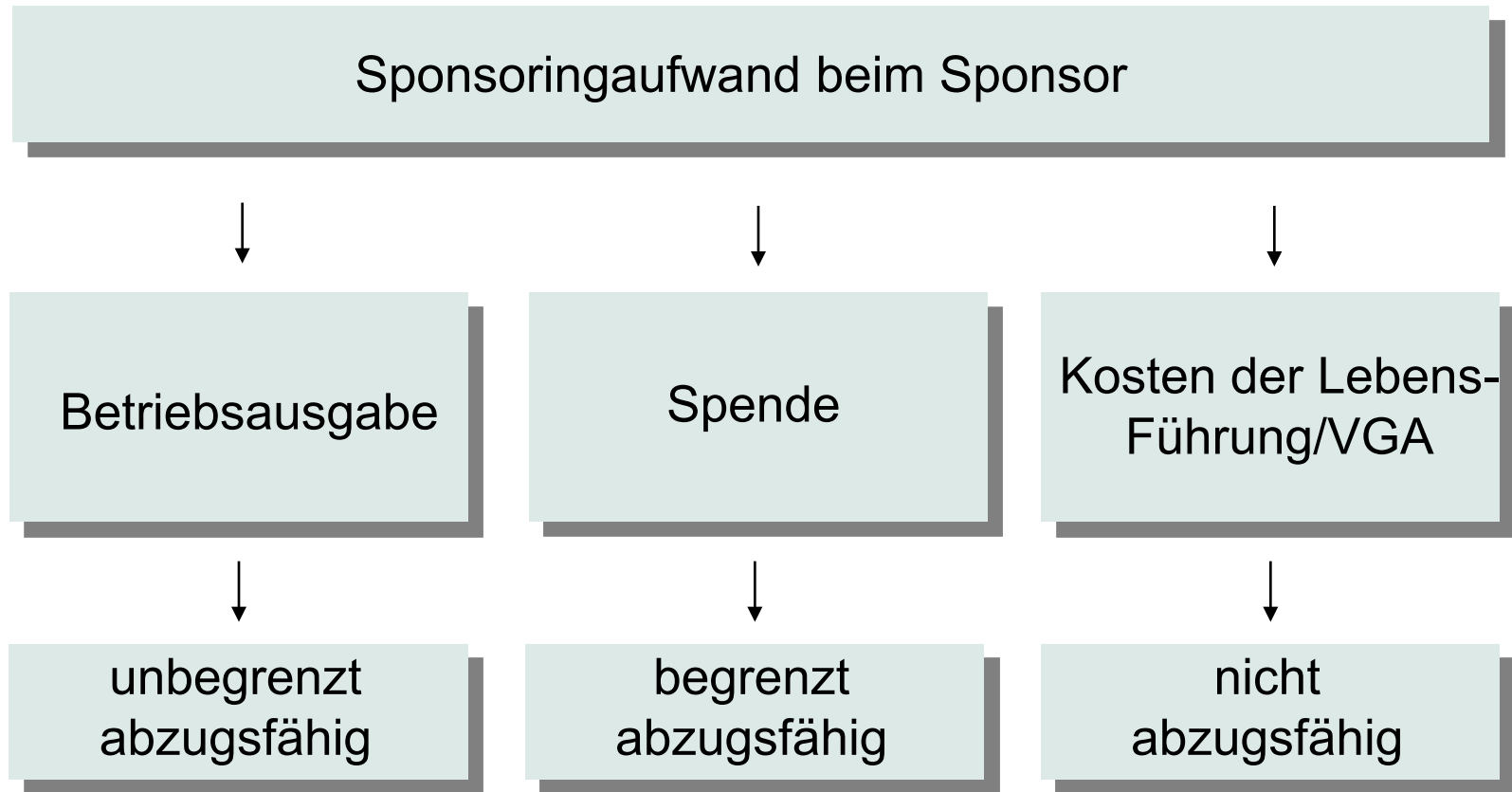
# B. Arten – Steuerliche Behandlung beim Sponsor

---

## **Kosten der privaten Lebensführung/vGA:**

- Keine Betriebsausgabe
- Keine Spende

# B. Arten – Steuerliche Behandlung beim Sponsor



# B. Arten – Einordnung bei Körperschaft

---

- **4 Arten von Sponsoring**

- Spende (kein Sponsoring im eigentlichen Sinne)
- Dankeshinweis
- Lizenzen (an Logos) / Verpachtung
- Werbung für Sponsor



# B. Arten – Einordnung bei Körperschaft

---

- **Spende (wie oben)**

# B. Arten – Einordnung bei Körperschaft

---

- **Dankeshinweis**

Hinweis auf die Unterstützung durch den Sponsor  
z.B. auf Plakaten, Veranstaltungshinweisen,  
Ausstellungskatalogen,..

Auch mit Verwendung des Logos des Sponsors,  
aber ohne besondere Hervorhebung!

Zulässig wäre auch, einen Saal nach dem Sponsor  
zu benennen.

# B. Arten – Einordnung bei Körperschaft

---

- **Duldung/Lizenz/Verpachtung**

Wenn die steuerbegünstigte Körperschaft dem Sponsor nur die Nutzung ihres Namens zu Werbezwecken in der Weise gestattet, dass der Sponsor selbst zu Werbezwecken oder zur Imagepflege auf seine Leistungen an die Körperschaft hinweist.

Verpachtung der Werberechte wird aber nur dann anerkannt, wenn die Pachteinahmen so bemessen sind, dass der Werbeagentur (und nicht der Körperschaft) ein angemessener Gewinn verbleibt, der mit ca. 10 v. H. der Werbeeinnahmen zu veranschlagen ist.

Werbung auf Kleidungsstücken, wie Trikots, Uniformen, Schuhen und Mützen, kann aber nicht mit steuerlicher Wirkung verpachtet werden, so dass insoweit immer ein steuerpflichtiger wirtschaftlicher Geschäftsbetrieb vorliegt.

# B. Arten – Einordnung bei Körperschaft

---

- **Werbung**

Jede über den Dankeshinweis hinausgehende Werbung für den Sponsor.

# B. Arten – Einordnung bei Körperschaft

## Werbung

- Großes Logo des Sponsors
- Werbung in Vereinszeitschrift
- Sponsor erhält bei Veranstaltung die Möglichkeit zur Präsentation
- Trikotwerbung
- Veranstaltung wird nach Sponsor benannt
- Verlinkung auf Sponsor
- VIP-Logen
- Werbebeiträge, wie z.B. Produktwerbung in Vereinszeitschrift
- dem Sponsor wird auf eigener Veranstaltungen die Möglichkeit eingeräumt, Erklärungen zum Unternehmen und seinen Produkten abzugeben
- der Sponsorenname ist auf dem Plakat größer, als der Veranstaltungshinweis
- Tafeln und Banderolen werden aufgestellt, auf denen sich nur der Name des Sponsors befindet
- dem Sponsor werden aktive Werbeaussagen, wie z.B. „Der XY Verein empfiehlt das Produkt“ gestattet
- eine Veranstaltung bzw. ein Wettbewerb wird nach seinem Sponsor benannt
- Werbeflächen auf dem Vereinsfahrzeug werden in Eigenregie vermarktet.

# B. Arten – Einordnung bei Körperschaft

## Werbemobil

- Auch Tauschvorgänge sind steuerlich zu erfassen!
- Bei aktiver Mitwirkung an Werbung (Körperschaft verpflichtet sich, das Fahrzeug auch werbend zu nutzen): Wirtschaftlicher Geschäftsbetrieb



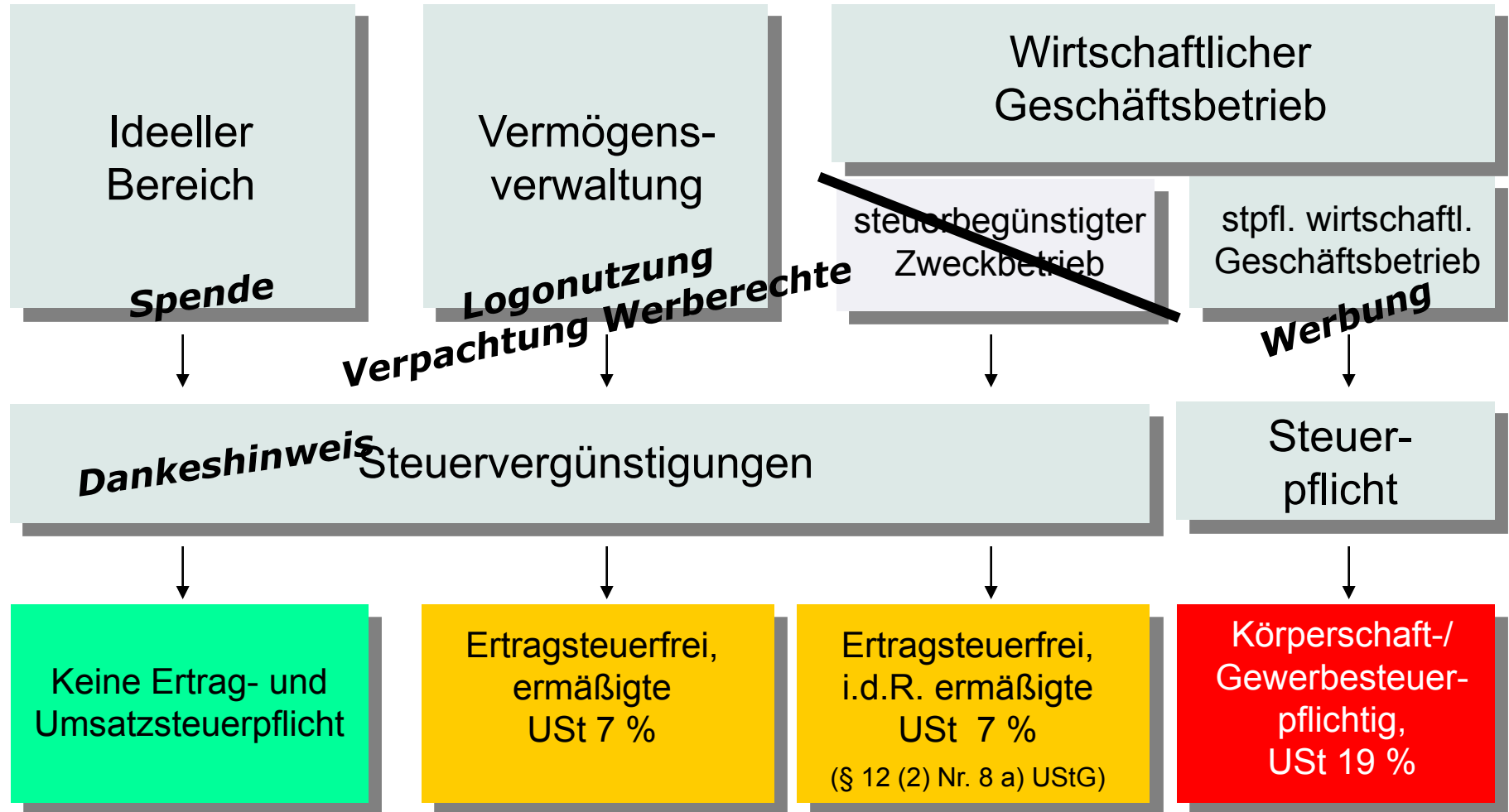


# C. Steuerliche Folgen bei gemeinnütziger Körperschaft

---

- **Sphären und Steuern**
- **„Regelbesteuerung“ des Sponsoring**
- **Ermäßigte Besteuerung nach § 64 Abs. 6 AO**

# C. Steuerliche Folgen bei gemeinnütziger Körperschaft



# C. Steuerliche Folgen bei gemeinnütziger Körperschaft

---

## Regelbesteuerung wirtschaftlicher Geschäftsbetrieb

- Körperschaftsteuer: 15 % auf Gewinn
- Solidaritätszuschlag: 5,5 % auf Körperschaftsteuer
- Gewerbesteuer: abhängig vom Hebesatz, in Städten i.d.R. knapp 15 % (Gewerbeertrag  $\approx$  Gewinn \* 3,5 % \* Hebesatz)

# C. Steuerliche Folgen bei gemeinnütziger Körperschaft

---

## Ermäßigte Besteuerung des Sponsoring

- § 64 Absatz 6 AO: „Bei ... wirtschaftlichen Geschäftsbetrieben kann der Besteuerung ein Gewinn von 15 % der Einnahmen zugrunde gelegt werden: 1. Werbung für Unternehmen, die im Zusammenhang mit der steuerbegünstigten Tätigkeit einschließlich Zweckbetrieb steht. ... „

# C. Besteuerung des Sponsoring - Beispiel

---

## **Sachverhalt:**

Gemeinnütziger Verein veranstaltet einen wissenschaftlichen Kongress. Für den Kongress entstehen Kosten von 100.000 Euro.

Eine Bank ist bereit 100.000 Euro als Sponsor an den Verein zu bezahlen.

Folgende Gestaltungsmöglichkeiten werden überlegt:

# C. Besteuerung des Sponsoring - Beispiel

Folgende Gestaltungsmöglichkeiten werden überlegt:

ideell

Auf Flyern und Plakaten wird Bank-Logo abgedruckt

VV

Bank erhält  
Recht mit  
Vereinslogo zu  
werben

ideell

Spende

WGB

Auf Kongress  
wird Werbung  
für die Bank  
gemacht



# C. Besteuerung des Sponsoring - Beispiel

**Sachverhalt: Bank sponsort 100 T€, keine Betriebsausgaben bei gem. Körperschaft**

	ideell	Vermögens- verwaltung	Wirtschaftlicher Geschäftsbetrieb	
			Regel- besteuerung	Anwendung § 64 (6) AO
Leistung des Sponsors	100.000	100.000	100.000	100.000
Umsatzsteuer	0	6.542	15.966	15.966
KSt/Soli/GewSt (400 %)	0	0	25.063	3.760
<b>Ertrag nach Steuern</b>	<b>100.000</b>	<b>93.458</b>	<b>58.971</b>	<b>80.274</b>

# D. Gestaltungsmöglichkeiten

---

- **Möglichst Zuordnung zu ideeller Sphäre**
- **Trennung verschiedener Leistungen**

# D. Gestaltung – Zuordnung ideell

---

- **Möglichst Zuordnung zu ideeller Sphäre**
  - Verzicht auf bestimmte werbende Elemente senkt Steuerlast beträchtlich
  - „Dankeshinweis“ als steuerliche First-Best-Lösung

# D. Gestaltung - Trennung

---

- **Trennung verschiedener Leistungen**
  - Falls möglich aktive Werbung von anderen Leistungen trennen
  - Problem: objektiver Aufteilungsmaßstab

## E. Fazit

---

**Sponsoring kann je nach Gestaltung sehr unterschiedliche steuerliche Konsequenzen haben!**

# Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Thomas Krüger  
Rechtsanwalt

[thomas.krueger@schomerus.de](mailto:thomas.krueger@schomerus.de)

Schomerus & Partner mbB  
Steuerberater · Rechtsanwälte  
Wirtschaftsprüfer  
Deichstraße 1 · 20459 Hamburg  
Tel +49 40 37601 -00 · Fax -199  
[info@schomerus.de](mailto:info@schomerus.de) · [www.schomerus.de](http://www.schomerus.de)

**SCHOMERUS**