

## **Klarstellung der Finanzverwaltung zum Sponsoring bei Verbänden, Stiftungen und anderen gemeinnützigen Organisationen**

Während seit Anfang der 90er Jahre die Finanzverwaltung klargestellt hat, wann bei einem Sponsoring Körperschafts- und Gewerbesteuern anfallen, gab es bisher zum Thema Umsatzsteuer unterschiedliche Auffassungen. Nunmehr gilt folgende Regelung (Aktenzeichen IV D 2 – S 7100/08/10007:003): Gibt es lediglich einen Hinweis auf die Unterstützung durch den Sponsor ohne jede Hervorhebung und/oder Verlinkung auf die Internetseite des Sponsors, so entsteht keine Umsatzsteuerpflicht.

Die Finanzverwaltung stellt daher im BMF-Schreiben klar, dass in Fällen, in denen der Gesponserte auf Plakaten, in Veranstaltungshinweisen, in Ausstellungskatalogen, auf Internetseiten oder in anderer Weise lediglich auf die Unterstützung durch den Sponsor hinweist, kein umsatzsteuerpflichtigen Leistungsaustausch vorliegt und führt zur Begründung an, dass der Sponsor durch einen einfachen Hinweis keinen „verbrauchsfähigen Vorteil“ erlangt.



In der Folge kann ein Verband oder eine Stiftung in solchen Fällen weder eine Rechnung mit Umsatzsteuer ausstellen, noch Aufwendungen in Zusammenhang mit dem Hinweis (z.B. anteilige Druckkosten) Vorsteuer geltend machen.

Die „Gretchenfrage“ ist also, wann ein „verbrauchsfähiger“ Vorteil vorliegt, d.h. konkret, wann die Finanzverwaltung der Ansicht ist, dass der Hinweis eine Qualität erreicht hat, die zu einem solchen Vorteil und damit zu einem umsatzsteuerpflichtigen Leistungsaustausch führt.

Dies dürfte nach Einschätzung von mit der Materie befassten Steuerkanzleien z.B. dann der Fall sein, wenn das Logo des Sponsors auf der Website per Mausklick direkt die Verbindung zum Server des Sponsors herstellt, oder wenn bei Veranstaltungen ein Ausstellungsstand mit stark werblicher Ausrichtung installiert wird.

Abzugrenzen von den Fällen des einfachen Hinweises ist ferner die Erbringung eines ganzen Bündels von Leistungen durch den Verband und/oder die Stiftung. Werden z.B. neben dem Sponsorenhinweis Freikarten zu Veranstaltungen überlassen, Werbeanzeigen geschaltet oder im Rahmen von Veranstaltungen rein werbliche Unternehmenspräsentationen gestattet, liegen nach Ansicht der Finanzverwaltung gemischte Sponsoring-Leistungen vor. Lassen sich diese nicht klar voneinander abgrenzen dürfte die Finanzverwaltung dazu neigen die Sponsoring-Einnahmen vollumfänglich als umsatzsteuerpflichtig anzusehen.

**Fazit:** Verbände, Stiftungen und andere gemeinnützige Organisationen sollten ihre entsprechenden Sponsoring-Aktivitäten auf den Prüfstand stellen und die zu Grunde liegenden Vereinbarungen prüfen. Manchmal reicht es, wenn Formulierungen angepasst, bzw. klargestellt werden und die an Vorsteuerabzug gewöhnten Firmen (Sponsoren) auf die veränderte Praxis der Finanzverwaltung hingewiesen werden.

