

05.19

# & Stiftung Sponsoring

Das Magazin für Nonprofit-  
Management und -Marketing



Zwischen Leben und Tod:  
(Ver-)Erben im digitalen Zeitalter

**Rote Seiten:** Das Erbrecht im Leben der Stiftung – jetzt handeln!

**Herausgeber:** DSZ – Deutsches Stiftungszentrum GmbH, Erich Steinsdörfer  
Institut für Stiftungsberatung Dr. Mecking & Weger GmbH, Dr. Christoph Mecking  
[www.stiftung-sponsoring.de](http://www.stiftung-sponsoring.de)

**ESV** ERICH  
SCHMIDT  
VERLAG

# Sponsoring: Vereinfachte Gewinnermittlung

## Bundesfinanzhof bestätigt die pauschale Gewinnermittlung bei Standvermietungen

von Thomas Fritz (München)

**Sponsoringeinnahmen leisten zur Finanzierung vieler Tätigkeiten gemeinnütziger Stiftungen einen erheblichen Beitrag. Ohne die Vermietung von Ausstellungsflächen (Standvermietungen) wären beispielsweise viele Kongress- und Tagungsveranstaltungen nicht finanzierbar. Umso wichtiger ist bei diesen und anderen Sponsoringleistungen eine geringe und rechtsichere Steuerbelastung.**

Der BFH hat mit seinem aktuellen Urteil vom 26.6.2019 einem gemeinnützigen Selbsthilfeverein für die Einnahmen aus Standflächenvermietung an Unternehmen im Rahmen eines wissenschaftlichen Kongresses die Anwendung der Gewinnpauschalierung für Werbeeinnahmen (§ 64 Abs. 6 Nr. 1 AO) zugestanden und damit eine rechtsichere und vergleichsweise „günstige“ Besteuerung ermöglicht.

### Steuerpflicht gemeinnütziger Stiftungen mit Werbeleistungen

Gemeinnützige Stiftungen unterliegen nur mit ihren wirtschaftlichen Geschäftsbetrieben (wGB, §§ 14, 64 AO) der Körperschaftsteuer und Gewerbesteuer (§ 5 Abs. 1 Nr. 9 KStG, § 3 Nr. 6 GewStG). Ein steuerpflichtiger wGB besteht beispielweise, wenn eine gemeinnützige Körperschaft Werbung für ein Unternehmen macht bzw. für dieses sog. aktives Sponsoring betreibt (AEAO Nr. 11 Satz 1 zu § 64 Abs. 1).

Für die Ermittlung der steuerlichen Bemessungsgrundlage des steuerpflichtigen wirtschaftlichen Geschäftsbetriebs ist die Abgrenzung und Zuordnung der Einnahmen und Ausgaben zu den steuerbefreiten und steuerpflichtigen Bereichen (Sphären) einer gemeinnützigen Körperschaft notwendig. Die (anteilige) Zuordnung der Betriebsausgaben wird oftmals problematisch und streitanfällig, sobald neben eindeutig zuordenbaren Einzelkosten durch einen wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb lediglich mitverursachte Gemeinkosten ebenfalls vorliegen.

Beispielsweise wird es an einem objektivierbaren Aufteilungsmaßstab fehlen, wenn die Einnahmen aus Standvermietung bei einer Informationsveranstaltung (bspw. Tag der offenen Tür) diesen zwar überwiegend finanzieren, aber die Gesamtkosten (Informationsstände, Rahmenprogramm u.Ä.) hiervon dem Grunde und der Höhe nach unabhängig sind (vgl. AEAO Nr. 5 zu § 64 Abs. 1). Auch bei „klassischen“ Sponsoringleistungen, bspw. „Hinweise auf Sponsorenlogos mit Hervorhebung“ (vgl. AEAO Nr. 10 zu § 64 Abs. 1) und Links auf die Sponsorenwebsite, kann sich bei der Nichtanerkennung des anteiligen Abzugs dieser sog. „Eh da“-Kosten eine hohe Steuerlast ergeben. Um bei solchen Sachverhalten eine Übermaßbe-

steuerung gemeinnütziger Körperschaften zu verhindern und eine einfache Gewinnermittlung zu ermöglichen, hat der Gesetzgeber Ende des Jahres 2000 eine Gewinnpauschalierungsregelung eingeführt (siehe Schmidt/Fritz, Der Betrieb 2001, S. 2062 ff.).

### Gewinnpauschalierung für Werbeleistungen

Nach dieser Regelung kann bei „Werbung für Unternehmen, die im Zusammenhang mit der steuerbegünstigten Tätigkeit einschließlich Zweckbetrieben stattfindet“ der Besteuerung ein Gewinn von 15 % der Einnahmen zugrunde gelegt werden (§ 64 Abs. 6 Nr. 1 AO). Der Gewinn wird somit nicht durch Zuordnung und Abzug von tatsächlichen Betriebsausgaben, sondern pauschal mit unterstellten Betriebsausgaben i. H. v. 85 % ermittelt. Die Einnahmen werden damit nur sehr gering besteuert, ohne dass Betriebsausgaben und ein Zusammenhang mit den Werbe- und Sponsoringmaßnahmen nachgewiesen werden müssen.

Um beispielsweise im Rahmen des Sponsorings von Kongress- und Tagungsveranstaltungen mit den Einnahmen aus Standvermietungen in den Anwendungsbereich der Gewinnpauschalierung zu gelangen, ist es jedoch zwingende Voraussetzung, dass diese Veranstaltungen als Zweckbetrieb gewertet werden. Andernfalls besteht kein Zusammenhang mit einer begünstigten Tätigkeit. Vor Anwendung der Gewinnpauschalierung sollte daher unbedingt die Zweckbetriebseigenschaft der Veranstaltung geprüft werden.

Weitere Anwendungsfälle sind aktive Verlinkungen von der Website gemeinnütziger Stiftungen zu Sponsoren, wenn die Inhalte der Website der steuerbegünstigten Öffentlichkeitsarbeit dienen, sowie Werbeanzeigen und -beilagen bei Printmaterialien (weitere Beispiele: Fritz, S&S 4/2017, S. 42 f.).

### Finanzverwaltung zeigte sich teilweise „knausrig“ beim Anwendungsbereich

Nach der Einführung der Gewinnpauschalierung wäre in der besten aller Steuerwelten eine einfache und günstige Besteuerung von Werbe- und Sponsoringleistungen gemeinnütziger Stiftungen möglich gewesen. Leider ging jedoch das erste Urteil eines Finanzgerichts zu dieser Regelung in die vollkommen falsche Richtung: Das FG Hamburg beurteilte Einnahmen aus Standvermietungen im Rahmen einer Tagung als nicht pauschalierungsfähig (FG Hamburg v. 15.6.2006 – 2 K 10/05, rkr., EFG 2007, 218). Dies wurde damit begründet, dass der tagende Verein nicht selbst für die Aussteller geworben habe, sondern diesen die Werbung auf den Ausstellungsflächen lediglich ermöglichte. Weiterhin wurde ein unmittelbarer Zu-



Der BFH befasst sich in einem aktuellen Urteil mit Standvermietungen auf Kongressen.

sammenhang bestritten, da die Werbung nicht während, sondern nur vor und nach der Veranstaltung sowie in den Pausen möglich war.

Bedauerlicherweise wurde dieses (Fehl-)Urteil rechtskräftig, so dass gemeinnützige Organisationen seither im Rahmen von Betriebsprüfungen mit der nachteiligen Auslegung des FG Hamburg durch die Finanzverwaltung konfrontiert wurden. Hieraus ergaben sich im Einzelfall teilweise erhebliche Steuernachzahlungen, die von vielen gemeinnützigen Körperschaften akzeptiert wurden. Erst in den letzten Jahren haben gemeinnützige Körperschaften wieder den Gang vor die Finanzgerichte gewagt und dort nun auch Recht bekommen.

### Aktuelle Urteile der Finanzgerichte legen den Anwendungsbereich weit aus

Rückenwind hatte die Gewinnpauschalierung für Werbeeinnahmen gemeinnütziger Körperschaften erstmals durch das FG Münster mit einer zutreffend weiten Auslegung des Anwendungsbereichs erhalten (Urteil v. 22.3.2017, EFG 1024, 296 ff.): Die Regelung enthalte keine ausdrückliche Einschränkung dahingehend, dass es sich um eine (aktive) Werbung durch die gemeinnützige Körperschaft selbst für Unternehmen handeln müsse. Entsprechend rechtfertige auch die bloße entgeltliche Gestattung der Werbung von Unternehmen durch eine gemeinnützige Körperschaft im Zusammenhang mit deren steuerbegünstigten Tätigkeit ebenfalls die pauschale Gewinnermittlung (siehe hierzu ausführlich: Fritz, S&S 4/2017, S. 44).

Kein halbes Jahr später kam das FG Düsseldorf mit seinem (Zwillings-)Urteil vom 5.9.2017 zum gleichen Ergebnis. Im rheinischen Sachverhalt veranstaltete ein Selbsthilfeverein, in der Rechtsform des Vereins, Kongresse zu einer bestimmten Krankheit. In Rahmen der Veranstaltungen erhielten Pharma-Unternehmen die Gelegenheit gegen eine Standmiete Informationsstände aufzustellen.


Die Finanzverwaltung war mit dieser „anwenderfreundlichen“ Auslegung der Gewinnpauschalierung je-

doch nicht einverstanden, weshalb endlich der BFH die Gelegenheit bekam, eine Entscheidung zu fällen und für Rechtssicherheit zu sorgen. Der BFH hat nun in der Revision gegen das Düsseldorfer Urteil fast 20 Jahre nach Einführung der Gewinnpauschalierung mit seinem Urteil vom 26.6.2019 (Az. V R 70/17) endlich Klarheit geschaffen: Der Wortlaut der Vorschrift lässt offen, wer die Werbeleistung aktiv erbringen muss und lässt somit auch die Auslegung zu, dass passive Duldungsleistungen bei Werbeleistungen von Unternehmen ausreichen. Auch ein ausreichender Zusammenhang der Standvermietungen mit der steuerbegünstigten Tätigkeit durch die Tagungsveranstaltung wurde vom BFH bejaht.

Es ist davon auszugehen, dass die Finanzverwaltung dieses Urteil im Bundessteuerblatt veröffentlichen wird und es damit über den Urteilsfall hinaus in allen offenen Fällen zur Anwendung kommt.

### Kurz & knapp

Die Gewinnpauschalierung bei Sponsoring- und Werbeleistungen führt regelmäßig zu einer Entlastung gemeinnütziger Körperschaften von Körperschaftsteuer und Gewerbesteuer. Zudem wird eine aufwendige und streitanfällige Gewinnermittlung vermieden. Wurde einer gemeinnützigen Stiftung bisher vom zuständigen Finanzamt die Anwendung der Gewinnpauschalierung versagt, sollte dies umgehend überprüft und ggf. dagegen vorgegangen werden.

Dies wäre auch ein guter Anlass, insgesamt die steuerliche Behandlung sämtlicher Sponsoring- und Werbeleistungen zu überprüfen. Neben den ertragsteuerlichen Auswirkungen sind auch umsatzsteuerliche und spendenrechtliche Folgen zu beachten. Die Einführung eines Tax Compliance Management Systems kann dabei helfen, den steuerlichen Pflichten im Zusammenhang mit Werbe- und Sponsoringleistungen gerecht zu werden. 

### Zum Thema

Schmidt, Marika/Fritz, Thomas: Änderungen des Gemeinnützigkeitssteuerrechts zu Fördervereinen, Werbebetrieben, Totalisatoren, Blutspendediensten und Lotterien, in: Der Betrieb 2001, S. 2062–2066.

#### in Stiftung&Sponsoring

Fritz, Thomas: Sponsoring von Kongress- und Tagungsveranstaltungen – Standvermietungen zwischen Gewinnpauschalierung und Vollversteuerung, S&S 4/2017, S. 42–44, [www.susdigital.de/SuS.04.2017.42](http://www.susdigital.de/SuS.04.2017.42)

Fritz, Thomas: Kongress- und Tagungsveranstaltungen als steuerbefreite Zweckbetriebe – Dominanz der Bildungsinhalte als Voraussetzung der steuerlichen Begünstigung, S&S 6/2016, S. 36–37, [www.susdigital.de/SuS.06.2016.36](http://www.susdigital.de/SuS.06.2016.36)

Fritz, Thomas: Immer noch keine Klarheit beim Sponsoring!, S&S 5/2014, S. 32–34, [www.susdigital.de/SuS.05.2014.32](http://www.susdigital.de/SuS.05.2014.32)



Dr. Thomas Fritz ist Steuerberater und Partner der Kanzlei Peters, Schönberger & Partner in München. Schwerpunkt seiner Tätigkeit ist das Stiftungssteuerrecht. Er ist Vorstand mehrerer Stiftungen sowie Mitglied des Arbeitskreises „Besteuerung von Non-Profit-Organisationen“ des Instituts der Wirtschaftsprüfer in Deutschland e. V. (IDW).  
[t.fritz@psp.eu](mailto:t.fritz@psp.eu) | [www.psp.eu](http://www.psp.eu)