

# IMMER NOCH KEINE KLARHEIT BEIM SPONSORING!

## Der erneute Sponsoringerlass zur Umsatzsteuer und ein Urteil des BFH

von Thomas Fritz, München

**Innerhalb weniger Tage wurden von Finanzverwaltung und Finanzrechtsprechung zur umsatzsteuerlichen Beurteilung des Sponsorings vollkommen gegensätzliche Positionen veröffentlicht, die gemeinnützige Stiftungen und deren Berater vor neue Herausforderungen stellen.**

Mit Schreiben v. 25.7.2014 (IV D 2 – S 7100/08/10007:003) hat sich das BMF nach kaum eineinhalb Jahren erneut zur umsatzsteuerlichen Behandlung des Sponsorings geäußert. Der entsprechende Abschnitt im Umsatzsteuer-Anwendungserlass (Abschnitt 1.1 Abs. 23 UStAE) wird wie folgt ergänzt (Ergänzungen in kursiv):

### Neue Ergänzung in Abschn. 1.1 des UStAE

„<sup>1</sup>Weist der Empfänger von Zuwendungen aus einem Sponsoringvertrag auf Plakaten, in Veranstaltungshinweisen, in Ausstellungskatalogen, auf seiner Internetseite oder in anderer Weise auf die Unterstützung durch den Sponsor lediglich hin, erbringt er insoweit keine Leistung im Rahmen eines Leistungsaustausches. <sup>2</sup>Dieser Hinweis kann unter Verwendung des Namens, Emblems oder Logos des Sponsors, jedoch ohne besondere Hervorhebung oder Verlinkung zu dessen Internetseiten, erfolgen. <sup>3</sup>Dies gilt auch, wenn der Sponsor auf seine Unterstützung in gleicher Art und Weise lediglich hinweist. <sup>4</sup>Dagegen ist von einer Leistung des Zuwendungsempfängers an den Sponsor auszugehen, wenn dem Sponsor das ausdrückliche Recht eingeräumt wird, die Sponsoringmaßnahme im Rahmen eigener Werbung zu vermarkten.“

### ERNEUTER VERSUCH DER KLARSTELLUNG

Nach dem vorangegangenen BMF-Schreiben vom 13.11.2012 zur umsatzsteuerlichen Behandlung des Sponsorings (vgl. BStBl. I 2012, S. 1169) waren noch Fragen offen geblieben, insbesondere hinsichtlich des nunmehr fehlenden Gleichlaufs zwischen der umsatzsteuerlichen zur ertragsteuerlichen und spendenrechtlichen Beurteilung einer Gegenleistung [s. Fritz, S&S 1/2013, S. 33]. Die nun vorgenommene Einfügung im UStAE ist auch deshalb in seiner Reichweite nicht zu unterschätzen, da diese Grundsätze in allen ab dem 1.1.2013 verwirklichten Sachverhalten – und damit mehr als eineinhalb Jahre rückwirkend – anzuwenden sein sollen. Welche Sachverhalte könnten von dieser Neuregelung erfasst werden?

In vielen Sponsoringverträgen räumen sich die Vertragspartner gegenseitig das Recht ein, unter Verwendung des Namens



und Logos des Vertragspartners auf die Zusammenarbeit mit diesem hinzuweisen. Aus gemeinnützigkeits- und zivilrechtlichen Gründen erscheint es auch mehr als ratsam, eine solche gegenseitige Nutzungseinräumung für diese Rechte ausdrücklich zu regeln. Gemeinnützige Stiftungen waren aufgrund der früheren steuerlichen Erfassung dieser Leistungen mit dem ermäßigten Steuersatz bei einem Hinweis ohne Hervorhebung (und Verlinkung) darauf bedacht, diesen Hinweis vertraglich auch nur in diesem Umfang zuzusichern, um eine Erfassung mit dem Umsatzsteuerregelsatz für aktive Werbung zu vermeiden. Nach dem BMF-Schreiben vom 13.11.2012 ergab sich für diese nicht hervorgehobenen Hinweise nicht einmal mehr eine Umsatzsteuerbarkeit. Es stellte sich jedoch die Frage, ob dies anders zu beurteilen sei, wenn sich die gemeinnützige Stiftung eben nicht nur selbst zum Hinweis verpflichtet, sondern dem Sponsoringpartner auch eine entsprechende Hinweismöglichkeit auf sich einräumt. Diese Frage will das neue BMF-Schreiben nunmehr offensichtlich dahingehend klären, dass auch kein umsatzsteuerbarer Leistungsaustausch vorliegt, wenn der Sponsor auf seine Unterstützung „in gleicher Art und Weise“, d.h. „unter Verwendung des Namens, Emblems oder Logos des“ Zuwendungsempfängers „jedoch ohne besondere Hervorhebung oder Verlinkung zu dessen Internetseiten“ „lediglich hinweist“.

Der Betreff des BMF-Schreibens v. 25.7.2014 „Umsatzsteuerliche Behandlung des Sponsorings aus Sicht des Sponsors“ führt insofern in die Irre, da dem Sponsor dieses Recht vom Zuwendungsempfänger eingeräumt wird und der Spon-

sor mit dem Hinweis eben keine Leistung an den Zuwendungsempfänger (im Sinne eines tauschähnlichen Umsatzes) erbringt. Dagegen soll von einer umsatzsteuerbaren Leistung des Zuwendungsempfängers an den Sponsor auszugehen sein, „wenn dem Sponsor das ausdrückliche Recht eingeräumt wird, die Sponsoringmaßnahme im Rahmen eigener Werbung zu vermarkten“. Unter einer Sponsoringmaßnahme in diesem Sinne dürfte nach der bisherigen Definition von Sponsoring durch die Finanzverwaltung die Gewährung von Geld durch Unternehmen an Organisationen zu verstehen sein, „mit der regelmäßig auch eigene unternehmensbezogene Ziele der Werbung oder Öffentlichkeitsarbeit verfolgt werden“ (vgl. AEAO Nr. 7 zu § 64 AO; BMF-Schr. v. 13.11.2012 (IV D 2 – S 7100/08/10007:003), in: BStBl. I 2012, S. 1169; BMF-Schr. v. 21.6.2013 (IV C 4 – S 2223/07/0015:008), in: BStBl. I 2013, S. 769-771).

Ein Leistungsaustausch liegt somit vor, wenn dem Sponsor von einer gemeinnützigen Stiftung das Recht eingeräumt wird, unter Verwendung deren Namens und Logos auf die Sponsoringmaßnahme auf Produkten hinzuweisen. Verwendet dagegen ein Sponsor einen solchen Hinweis (ohne Hervorhebung) auf seinem Briefpapier für den gewöhnlichen Geschäftsverkehr, könnte man eine solche schädliche Werbung verneinen. Dies sollte auch der Fall sein, wenn ein Sponsor im Rahmen seiner allgemeinen Öffentlichkeitsarbeit bspw. in Geschäftsberichten, ohne Bezug auf seine Produkte

und Dienstleistungen, auf das Sponsoring verweist. Ein entsprechender Hinweis in einer breit angelegten Imagekampagne mit großflächiger Plakatwerbung und Anzeigenschaltung könnte dagegen schon wieder zu viel des Guten sein. Dem Wortlaut der Neuregelung nach führt ein Link auf der Website des Sponsors zur Website des Zuwendungsempfängers zu einem umsatzsteuerbaren Leistungsaustausch, was wenig sachgerecht erscheint.

Die Überlassung von Namens- und ggf. auch Logorechten an einen Sponsor für dessen Produkt- oder Dienstleistungswerbung wird weiterhin von der Finanzverwaltung als umsatzsteuerpflichtiger Leistungsaustausch angesehen, auf den der ermäßigte Umsatzsteuersatz für Vermögensverwaltung (§ 12 Abs. 2 Nr. 8 Buchst. a UStG) zur Anwendung kommt (vgl. AEAO Nr. 9 Satz 1 zu § 64).

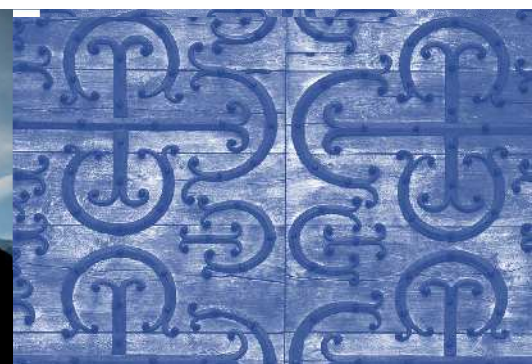
In diesem Zusammenhang ist zu beachten, dass von der Finanzverwaltung die Negierung eines umsatzsteuerbaren Leistungsaustausches zwischen Sponsor und gemeinnütziger Körperschaft mittlerweile anscheinend auch für den Fall vorgenommen wird, dass einer gemeinnützigen Körperschaft ein sog. Werbemobil mit der Verpflichtung zur Duldung der angebrachten Werbung und ohne die Verpflichtung zu weiteren (aktiven) Werbeleistungen überlassen wird (LSF Sachsen, Verwaltungsanweisung v. 15.5.2014 (S 7100 - 447/1 - 213). Diese Duldungen wurden bisher jedoch von der Finanzver-

Anzeige

# Solidaris

Nutzen stiften – mit Freude für Menschen

Bundesweites Seminarangebot  
unter [www.solidaris.de](http://www.solidaris.de)



Wirtschaftsprüfung

Steuerberatung

Rechtsberatung

Unternehmensberatung

Solidaris blickt auf eine über 80-jährige erfolgreiche Unternehmensgeschichte zurück und zählt damit zu den wenigen traditionsreichen Unternehmen in der Betreuung gemeinnütziger Träger und Einrichtungen des Gesundheits- und Sozialwesens. Als führendes Prüfungs- und Beratungsunternehmen im Non-Profit-Bereich bieten wir unseren Mandanten in allen wirtschaftlichen und rechtlichen Belangen Kompetenz aus einer Hand. Geprägt vom christlichen Menschenbild, machen wir uns Ihre Anliegen zu eigen, präzisieren Ihre Bedürfnisse und erarbeiten für Sie passgenaue Lösungen mit klarem Mehrwert. Sprechen Sie uns an!

02203 8997- 0

[info@solidaris.de](mailto:info@solidaris.de)

[www.solidaris.de](http://www.solidaris.de)

waltung als umsatzsteuerbar eingestuft und dem ermäßigten Umsatzsteuersatz für Vermögensverwaltung unterworfen (OFD Karlsruhe, Verfügung v. 25.9.2012 (S 7100 – Karte 16)).

### BFH FÜR UMSATZSTEUERLICHE BELASTUNG DES SPONSORINGS

Wenige Tage vor Bekanntgabe des neuen BMF-Schreibens wurde ein Urteil des BFH (v. 20.3.2014 – V R 4/13) veröffentlicht. Der BFH kam bei der Beurteilung der Leistungen eines gemeinnützigen Sportvereins u.a. zu dem Ergebnis, dass die Anwendung des ermäßigten Umsatzsteuersatzes nach § 12 Abs. 2 Nr. 8 Buchst. a UStG auf dessen Vermögensverwaltung (§ 14 AO) nicht mit der MWStSyStRL vereinbar sei. Sowohl in der Pressemitteilung des BFH zu dieser Entscheidung (Nr. 53 v. 23.7.2014) als auch in einer Urteilsbesprechung einer der Richter des zuständigen Senats (Wäger, in: DStR 2014, S. 1526) wird hervorgehoben, dass dies auch für die Sponsoringleistungen gemeinnütziger Körperschaften gilt. Der BFH vertritt damit ganz klar entgegen der Auffassung der Finanzverwaltung den Standpunkt, dass der Hinweis auf ein Logo eines Sponsors durch die gesponsorte gemeinnützige Körperschaft nicht nur umsatzsteuerbar und umsatzsteuerpflichtig ist, sondern dem Umsatzsteuerregelsatz i.H.v. 19 % unterliegt. Dem Vernehmen nach ist die Abstimmung auf der Bund-Länder-Referentenebene über die Umsetzung dieser Entscheidung noch nicht abgeschlossen. Bis zu einer Veröffentlichung des Urteils im Bundessteuerblatt können sich gemeinnützige Stiftungen daher (noch) auf die aktuellen Verlautbarungen der Finanzverwaltung berufen.

### KURZ & KNAPP

BMF und BFH haben innerhalb weniger Tage unvereinbare Positionen in der umsatzsteuerlichen Beurteilung von Sponsoringmaßnahmen bezogen. Gemeinnützige Stiftungen und deren steuerliche Berater sollten die dargestellten gegensätzlichen Beurteilungen insbesondere bei noch abzuschließenden Sponsoringverträgen berücksichtigen. Aufgrund der Anwendungsregelung des BMF-Schreibens v. 25.7.2014 auf alle ab dem 1.1.2013 verwirklichten Sachverhalte sollten diese einer erneuten umsatzsteuerlichen Beurteilung unterzogen werden. Zumindest mittelfristig dürfen sich gemeinnützige Stiftungen darauf einzustellen haben, dass die Verneinung eines umsatzsteuerlichen Leistungsaustauschs durch die Finanzverwaltung aufgrund der eindeutigen abweichenden Auffassung des BFH voraussichtlich keinen Bestand haben wird. ■

#### ZUM THEMA

##### in Stiftung&Sponsoring

**Ehlers**, Sabine u.a.: Sponsoring – Steuerrecht aktuell, S&S RS 6/2013

**Fritz**, Thomas: Endlich Klarheit? Der neue Sponsoringerlass zur Umsatzsteuer, S&S 1/2013, S. 32-33

Dr. Thomas Fritz ist Steuerberater und Partner bei Dr. Mohren & Partner, Thomas.Fritz@mohren-partner.de, www.mohren-partner.de



+ + PHILANTHROPIEN + + + PRAXIS + + + PHILANTHROPIEN + + + PRAXIS + +

## Neues aus Philanthropien

### Honoris causa

Neulich kam eine Stifterin mit folgender Fragestellung zu mir: In der Stiftung, in der sie als Vorstand tätig ist, gibt es neben den hauptamtlichen auch einige ehrenamtliche Mitarbeiter, die sich – von der Idee der Stifterin überzeugt – mit hohem persönlichen Einsatz engagieren. Nun fragt sich die Stifterin, wie sie es gewährleisten kann, dass die bezahlten und die unbezahlten Kräfte gleich behandelt werden und keine der beiden Gruppen in der Stiftung isoliert oder übervorteilt wird.

Eine sehr wichtige Frage, da neben dem finanziellen Engagement die ehrenamtliche Tätigkeit zu den tragenden Säulen in der Zivilgesellschaft gehört.

In Organisationen, in denen sowohl Haupt- als auch Ehrenamtliche tätig sind, tun sich eine Vielzahl von möglichen Problemen und damit Handlungsfeldern auf. Das offensichtlichste ist dabei die Bezahlung, die eine Trennlinie zieht zwischen denjenigen, die aus Überzeugung handeln und denen, die – überspitzt gesagt – lediglich für den schnöden Mammon antreten. Hier besteht die Gefahr, dass sich zwischen diesen beiden Mitarbeitergruppen ein ideologischer Graben öffnet, der eine Gefahr für das konstruktive Miteinander und damit für eine effektive Stiftungsarbeit darstellt.

Noch größer erscheint die Gefahr, der ehrenamtliche Kräfte häufig unterliegen: die Selbstaussbeutung. Sind sie doch aus tiefer Überzeugung für die gute Sache tätig und setzen sich für diese ohne Rücksicht auf Arbeitszeitregelungen und Überstundenkonten ein. Für den Arbeitgeber Stiftung entsteht so leicht der Eindruck, dass die personellen Ressourcen für die Erledigung der Aufgaben ausreichend sind. Tatsächlich aber arbeitet die Organisation über dem Limit und läuft Gefahr, zu überhitzen.

Die Verantwortlichen in Stiftungen sind daher gut beraten, ihre Haupt- und Ehrenamtlichen gleich wertzuschätzen, am gleichen Maßstab zu messen und den gleichen organisatorischen Rahmenbedingungen bei klarer Verteilung der Aufgabenbereiche zu unterwerfen. Selbstverständlich sollte es auch sein, bezahlte und unbezahlte Mitarbeiter gleichermaßen an Entscheidungsfindungsprozessen teilhaben zu lassen.

Oder um es anders auszudrücken: Personalmanagement in Stiftungen unterliegt besonderen Anforderungen, damit aus der Mitarbeit honoris causa keine causa horribilis wird.

Noch Fragen?  
Ihr Philanthropicus  
echo@stiftung-sponsoring.de

