

Bundesministerium der Finanzen  
11016 Berlin



**Bundessteuerberaterkammer**  
KÖRPERSCHAFT DES ÖFFENTLICHEN RECHTS

#### **Abt. Steuerrecht**

Unser Zeichen: Be/Gr  
Tel.: +49 30 240087-64  
Fax: +49 30 240087-99  
E-Mail: [steuerrecht@bstbk.de](mailto:steuerrecht@bstbk.de)

5. April 2012

#### **E-Mail**

### **Umsatzsteuerliche Behandlung von Sponsoring**

Sehr geehrte Damen und Herren,

zur ertragsteuerlichen Behandlung von Sponsoring existiert ein koordinierter Ländererlass, welcher mit Schreiben vom 18. Februar 1998 ergangen ist. Damit ist die ertragsteuerliche Behandlung von Sponsoring weitgehend geklärt.

Anders stellt sich die Lage hinsichtlich der umsatzsteuerlichen Behandlung von Sponsoring dar. Vor dem Hintergrund, dass es keine bundeseinheitliche Verfügung zur umsatzsteuerlichen Behandlung von Sponsoring gibt, wurden wir darauf aufmerksam gemacht, dass es in der umsatzsteuerlichen Behandlung von Geld- und Sachleistungen eines Sponsors an steuerbegünstigte Körperschaften offenbar unterschiedliche Verwaltungsauffassungen in den einzelnen Bundesländern gibt.

Dabei weicht die Auffassung der aktuellsten Verfügung der OFD Magdeburg vom 29. April 2010 von der Auffassung der OFD-Verfügung Frankfurt am Main vom 18. März 2009 sowie der OFD-Verfügung Karlsruhe vom 29. Februar 2008 ab.

#### **A. Unterschiedliche umsatzsteuerliche Beurteilung der Oberfinanzdirektionen**

Wir möchten die Problematik wie folgt skizzieren. Unter Sponsoring versteht man die Förderung von Einzelpersonen, einer Personengruppe, Organisationen oder Veranstaltungen, durch eine Einzelperson, eine Organisation oder ein kommerziell orientiertes Unternehmen, in Form von Geld-, Sach- und Dienstleistungen mit der Erwartung, eine die eigenen Kommunikations- und Marketingziele unterstützende Gegenleistung zu erhalten.

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.

Zutreffend hat der BFH in seiner Entscheidung vom 1. August 2002 (Az. V R 21/01) ausgeführt, dass der Hinweis des Klägers auf den Charakter der Entgelte als Spenden oder Sponsoring für die umsatzsteuerliche Betrachtung keine Bedeutung hat. Die Entrichtung einer Geldleistung durch den Sponsor kann Gegenleistung nach § 10 UStG für eine steuerbare und steuerpflichtige Leistung des Vereins sein.

Allgemeine Voraussetzung für den Leistungsaustausch i. S. d. § 1 Abs. 1 Nr. 1 UStG ist, dass die Leistung des Sponsors auf Grund einer Vereinbarung zur Erzielung der Gegenleistung durchgeführt wird. Außerdem wird verlangt, dass zwischen Leistung und (erwarteter bzw. erwartbarer) Gegenleistung ein unmittelbarer Zusammenhang besteht (BFH-Urteil vom 8. November 1995, Az. XI R 63/94, UR 1996, S. 384). Ein Leistungsaustausch fehlt hingegen, wenn es zwischen den Leistungen keine innere Verknüpfung gibt, z. B. der Verein lediglich eine Spende des Sponsors erhält.

Sowohl die OFD Frankfurt am Main als auch die OFD Karlsruhe führen gleichlautend aus, dass es sich bei Sponsoringleistungen in der Regel um steuerbare und steuerpflichtige Leistungen handelt, da ein Leistungsaustausch vorliegt. Lediglich bei der Anwendung des Umsatzsteuersatzes wird wie folgt unterschieden:

a) Konkrete Werbeleistungen

Liegen nach dem jeweiligen Sponsoring-Vertrag konkrete Leistungen wie z. B. Banden- oder Trikotwerbung, Anzeigen, Vorhalten von Werbedrucken, Lautsprecherdurchsagen, Überlassung von Eintrittskarten usw. vor, handelt es sich um grundsätzlich aktive Werbemaßnahmen. Der Steuersatz entspricht dem Regelsteuersatz von 19 %, da solche Fälle als aktive Mitwirkung zu einer Werbeleistung dem steuerpflichtigen wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb zuzuordnen sind.

b) Duldungsleistungen

Geht aus dem Sponsoring-Vertrag hervor, dass es sich um Duldungsleistungen handelt wie z. B. bei Aufnahme eines Emblems oder Logos des Sponsors in den Verbandsnachrichten, Veranstaltungshinweisen etc. und wird der Sponsor dabei nicht besonders hervorgehoben, liegt ein Leistungsaustausch vor, da der Verein mit der Logoüberlassung eine Duldungsleistung zur Werbemaßnahme des Sponsors erbringt.

Die Duldungsleistungen unterliegen dem ermäßigten Steuersatz nach § 12 Abs. 2 Nr. 8 Buchst. a UStG, da kein steuerschädlicher wirtschaftlicher Geschäftsbetrieb vorliegt.

Bei der umsatzsteuerlichen Beurteilung von Leistungen, bei denen der Verein z. B. auf Plakaten, Veranstaltungshinweisen, in Ausstellungskatalogen oder in anderer Weise auf die Unterstützung durch einen Sponsor lediglich hinweist und bei denen dieser Hinweis unter Verwendung des Namens, Emblems oder Logos des Sponsors, jedoch ohne besondere Hervorhebung erfolgt, weicht die Auffassung der OFD Magdeburg erheblich von der Auffassung der anderen OFD-Verfügungen ab. Hier heißt es:

*Dieser Hinweis unterscheidet sich von üblichen Werbeleistungen erheblich. [...] Er ist nicht auf Wiederholung angelegt, wie er sich in der Regel mit Beendigung des geförderten Projekts erledigt hat oder sich nur in einem einmaligen Umsatz erschöpft. Der Zuwendungsempfänger beteiligt sich an keinem Werbemarkt, weil die Werbeleistung in einem argen Missverhältnis zur vermeintlichen Gegenleistung steht und insofern keine marktübliche Tätigkeit vorliegt. Es handelt sich vielmehr um eine Tätigkeit, die ohne den Zusammenhang mit einer im Kern altruistischen Beteiligung des Zuwendungsgebers nicht denkbar ist.*

Hier handelt es sich laut OFD Magdeburg um eine Geldzuwendung des Sponsors, die keinen Leistungsaustausch begründet, und somit nicht steuerbar ist.

## **B. Fazit**

Da es in Bezug auf diese Thematik unterschiedliche Verwaltungsauffassungen gibt und somit eine bundesweite, einheitliche Rechtsanwendung nicht garantiert ist, regen wir an, diese Zweifelsfragen im Rahmen eines koordinierten Ländererlasses auszuräumen und somit insgesamt zur Gleichmäßigkeit der Besteuerung hinsichtlich der umsatzsteuerlichen Behandlung des Sponsorings beizutragen.

Da viele Fragen im Zusammenhang mit der umsatzsteuerlichen Behandlung von Sponsoring noch offen sind, regen wir weiterhin an, darzustellen wann die erzielten Umsätze bei gemeinnützigen Körperschaften dem Regel- oder dem ermäßigten Steuersatz nach § 12 Abs. 2 Nr. 8 Buchst. a UStG unterliegen. Dabei sollten auch die Fälle dargestellt werden, die in den zitierten OFD-Verfügungen nicht geschildert wurden, wie z. B. die Verlinkung auf die Webseite des Sponsors.

Wohl wissend, dass die Umsatzsteuer eigenen Prinzipien folgt, würde es die Bundessteuerberaterkammer aus Praktikabilitätsgründen begrüßen, wenn sich die umsatzsteuerliche Behandlung so weit wie möglich an die ertragsteuerliche Behandlung (siehe Sponsoringerlass) und die Behandlung in der AO und im Anwendungserlass zur AO orientieren würde.



Sollte ein entsprechendes BMF-Schreiben bereits in Vorbereitung sein, bitten wir um entsprechende Auskunft.

Für Rückfragen stehen wir Ihnen jederzeit gern zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen

i. V.

Jörg Schwenker

Geschäftsführer