



# Handreichung

## zum Sponsoring und Unternehmenspartnerschaften in der Evangelischen Kirche in Mitteldeutschland

### 1. Allgemeines

Sponsoring ist die Gewährung von Geld oder geldwerten Vorteilen (Sach- oder Dienstleistungen)

- durch Unternehmen,
- zur Förderung von Personen, Gruppen oder Organisationen in sportlichen, kulturellen, wissenschaftlichen, sozialen, ökologischen oder ähnlich bedeutsamen gesellschaftspolitischen Bereichen,
- mit dem regelmäßig auch eigene unternehmensbezogene Ziele der Werbung oder Öffentlichkeitsarbeit verfolgt werden.

Vereinfacht gesagt: Mit Sponsoring machen Unternehmen Werbung für sich und/ oder ihre Produkte!

### 2. Steuerliche Behandlung von Sponsoring-Einnahmen beim Empfänger

Für die steuerliche Behandlung im kirchlichen Kontext ist zwischen

- öffentlich-rechtlichen Körperschaften (z.B. Kirchengemeinde, Kirchenkreis) und
- privatrechtlichen Körperschaften (z.B. kirchliche Stiftungen und Vereine)

zu unterscheiden.

#### 2.1 Öffentlich-rechtliche Körperschaften als Empfänger von Sponsoring-Einnahmen

Kirchengemeinden, Kirchenkreise oder auch die Landeskirche sind als Körperschaften bzw. juristische Personen des öffentlichen Rechts nur mit ihren Betrieben gewerblicher Art steuerpflichtig. Dies gilt sowohl für die Ertragssteuer (Körperschaftssteuer, Gewerbesteuer) als auch für die Umsatzsteuer. Ein Betrieb gewerblicher Art, d.h. eine steuerpflichtige wirtschaftliche Tätigkeit liegt nur vor, wenn die kirchliche Körperschaft hieraus mehr als 35T€ Umsatz im Jahr erzielt.

Zu beachten ist: Wird in einem Sponsoring-Vertrag Umsatzsteuer zu Unrecht ausgewiesen, ist der Geldbetrag an das Finanzamt abzuführen.

Im Landeskirchenamt wurde für Sponsoring-Maßnahmen ein **Vertragsmuster** abgestimmt (**Anlage 1**), das von Kirchenkreisen, Kirchengemeinden unbedenklich verwendet werden kann.

**Ab 2021** gilt § 2b Umsatzsteuergesetz: Dann sind Einnahmen aus Sponsoring umsatzsteuerbar, wenn die kirchliche Körperschaft für die empfangenen Gelder eine echte Gegenleistung (= aktive Werbemaßnahme erbringt). Hinsichtlich der Abgrenzung im Einzelnen gelten dann die unter 2.2.1 getätigten Aussagen zur Umsatzsteuer entsprechend. Ertragssteuer (Körperschaftsteuer, Gewerbesteuer) fällt auch nach 2021 nicht bzw. nur an, wenn ein Betrieb gewerblicher Art vorliegt.

## 2.2 Privatrechtliche Körperschaften als Empfänger von Sponsoring-Einnahmen

Die steuerliche Einordnung der Sponsoring-Einnahmen bei steuerbegünstigten kirchlichen Stiftungen oder Vereinen ist abhängig von Art und Umfang der Gegenleistung.

Für die **ertragsteuerliche Behandlung** des Sponsorings bei steuerbegünstigten Einrichtungen gelten (unabhängig vom gesponserten Bereich, z.B. Sport-, Kultur-, Sozial-, Öko- oder Wissenschaftssponsoring) folgende Grundsätze:

1. Die im Zusammenhang mit dem Sponsoring erhaltenen Leistungen können
  - a. steuerfreie Einnahmen im **ideellen Bereich**,
  - b. steuerfreie Einnahmen aus der **Vermögensverwaltung**  
oder
  - c. steuerpflichtige Einnahmen aus einem **wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb** sein.
2. Die steuerliche Behandlung der Leistungen beim Empfänger hängt grundsätzlich nicht davon ab, wie die entsprechenden Aufwendungen beim Sponsor behandelt werden. Für die Abgrenzung gelten die allgemeinen Grundsätze.

Für die **umsatzsteuerliche Einordnung** gilt bei Geldleistungen des Sponsors an steuerbegünstigte kirchliche Stiftungen oder Vereine folgendes:

1. Bei Zahlungen im Rahmen des Sponsorings handelt es sich **grundsätzlich** um das Entgelt für **steuerpflichtige Leistungen** der steuerbegünstigten Einrichtung an den Sponsor.
2. Entweder liegen nach dem jeweiligen Sponsoring-Vertrag konkrete **Werbeleistungen** oder **Duldungsleistungen** vor.
3. Unabhängig von einer im Einzelfall möglicherweise abweichenden ertragsteuerlichen Behandlung unterliegen **Werbeleistungen** dem **allgemeinen Steuersatz von 19%**, da es sich um Umsätze im Rahmen eines steuerschädlichen wirtschaftlichen Geschäftsbetriebs handelt.
4. Auf **Duldungsleistungen**, die ohne besondere Hervorhebung des Sponsors oder Nennung von Werbebotschaften vereinbart werden, ist dagegen der **ermäßigte Steuersatz von 7%** anzuwenden, weil kein steuerschädlicher wirtschaftlicher Geschäftsbetrieb vorliegt.

Auf Sach- oder Dienstleistungen im Rahmen des Sponsoring (z.B. Zuwendung von Kunstwerken, Überlassung von Fahrzeugen) sind die Regelungen für Geldleistungen entsprechend anzuwenden. Als Bemessungsgrundlage für die steuerpflichtige Leistung der steuerbegünstigten Einrichtung ist der gemeine Wert der Sach- oder Dienstleistung des Sponsors anzusetzen. Soweit der Wert nicht ermittelt werden kann, ist er zu schätzen. Anhaltspunkt für die Bewertung der Gegenleistung können die Selbstkosten, bei der Lieferung eines Gegenstandes der Einkaufspreis des Sponsors sein. Der gemeine Wert ist auch dann anzusetzen, wenn er den Wert der Werbe- oder Duldungsleistung der steuerbegünstigten Einrichtung übersteigt.

Der Sponsor und die steuerbegünstigte Einrichtung sind berechtigt, über die Umsätze Rechnungen mit gesondert ausgewiesener Umsatzsteuer zu erteilen. Ob und ggf. in welcher Höhe ein Vorsteuerabzug aus der Rechnung des Sponsors zulässig ist, beurteilt sich nach der tatsächlichen Verwendung der Sach- oder Dienstleistung. Eine Verwendung für den ideellen Bereich oder für steuerfreie Umsätze schließt den Vorsteuerabzug aus. Bei Zuwendung eines einheitlichen Gegenstands muss die Verwendung für unternehmerische Zwecke (Nutzung im Rahmen von wirtschaftlichen Geschäftsbetrieben, Zweckbetrieben oder der Vermögensverwaltung) mindestens 10 % der Nutzung betragen.

Auch für kirchliche Stiftungen und Vereine wurde vom Landeskirchenamt für Sponsoring-Maßnahmen ein **Vertragsmuster** vorbereitet (**Anlage 2**), welches für den konkreten Fall konkretisiert werden muss.

### **2.2.1 Einordnung von Sponsoring-Vereinbarungen und Sponsoring-Leistungen**

Aus den Anweisungen der Finanzverwaltung ergeben sich drei Fallsituationen:

1. Fall: Der Empfänger erbringt **keinerlei Gegenleistung** für erhaltene Geld- oder Sachleistungen: Die Einnahme ist damit eine **Spende (Zuwendung)** im ideellen Bereich. Das gilt auch dann noch, wenn die unterstützte Einrichtung beispielsweise Dankes- oder Spendenurkunden von geringem materiellem Wert ausstellt.
2. Fall: Kein wirtschaftlicher Geschäftsbetrieb liegt vor, wenn der Empfänger **nur geringfügige, passive Gegenleistungen** erbringt. Das kann zum einen die Gestattung sein, dass der Sponsor den Namen des Empfängers zu Werbezwecken nutzen kann. Gleiches gilt, wenn der Empfänger auf die Unterstützung durch einen Sponsor lediglich hinweist.

Solche „steuerbegünstigten“ Hinweise können beispielsweise vorliegen, wenn:

- ✓ der Empfänger in der unteren Zeile eines Veranstaltungs-Plakates die Namen der sponsernden Unternehmen mit oder ohne Firmenlogo abdruckt,
- ✓ auf der Rückseite von Eintrittskarten der Name des Sponsors abgedruckt wird,
- ✓ anlässlich einer Ausstellungseröffnung eine Pressekonferenz anberaumt wird, auf der der Sponsor einen symbolischen Scheck überreicht (hierüber berichtet die örtliche Presse nur mit dem Hinweis, dass die Veranstaltung erst dank der Unterstützung des Sponsors möglich wurde),
- ✓ in einer Vereinszeitschrift unter der Überschrift „Wir danken unseren Sponsoren“ die Namen oder Logos der sponsernden Unternehmen abgedruckt werden,
- ✓ ein Veranstaltungsraum oder Saal nach dem Sponsor benannt wird,
- ✓ auf der Internetseite des Empfängers ein Logo des Sponsors platziert wird, ohne dass dieses mit Werbeseiten des Sponsors aktiv verlinkt ist.

In der Umsatzsteuer ist auf diese **Duldungsleistungen**, die ohne besondere Hervorhebung des Sponsors oder Nennung von Werbebotschaften vereinbart werden, der **ermäßigte Umsatzsteuersatz (7%)** anzuwenden.

3. Fall: Ein steuerpflichtiger Geschäftsbetrieb liegt vor, wenn der Empfänger **aktiv an den Werbemaßnahmen mitwirkt**.

Aktive Werbeleistungen können vorliegen, wenn:

- ✓ der Empfänger Werbebeiträge, insbesondere Produktwerbung in seine Vereinszeitschrift aufnimmt,
- ✓ er dem Sponsor auf eigenen Veranstaltungen die Möglichkeit einräumt, Erklärungen zum Unternehmen und seinen Produkten abzugeben,
- ✓ dem Sponsor aktive Werbeaussagen wie „Der Verein XY empfiehlt unsere Produkte!“ gestattet werden,
- ✓ der Sponsoren-Name auf Plakaten größer als der Veranstaltungshinweis ist,
- ✓ Tafeln oder Banderolen aufgestellt werden, auf denen sich nur der Name des Sponsors befindet,
- ✓ eine Veranstaltung oder ein Wettbewerb nach seinem Sponsor benannt wird (z.B. HUK Coburg Open-Air-Sommer),
- ✓ die Logos der Sponsoren auf der Homepage der Organisation mit den jeweiligen Werbeseiten der Unternehmen verlinkt sind.

In der Umsatzsteuer ist auf diese konkreten **Werbeleistungen** (z.B. Banden- oder Trikotwerbung, Anzeigen, Vorhalten von Werbedrucken, Lautsprecherdurchsagen usw.) unabhängig von einer im Einzelfall möglicherweise abweichenden ertragsteuerlichen Behandlung der **allgemeine Steuersatz (19%)** anzuwenden.

Für die Ermittlung von Körperschaft- und Gewerbesteuer kann der Gewinn aus dieser Tätigkeit **pau-schal mit 15% der Einnahmen** angesetzt werden.

#### Hinweise zur Einordnung:

- Die Formulierung „Wir empfehlen die Verwendung der Produkte des Sponsors“ ist eine Werbeleistung und fällt in den Bereich des **wirtschaftlichen Geschäftsbetriebes**.
- Die Formulierung „Der Sponsor ist Ausstatter unserer Einrichtung“ ist eine Duldungsleistung und fällt in den Bereich der **Vermögensverwaltung**.
- Wenn das Logo des Sponsors auf der Website der Einrichtung abgebildet wird, fällt diese Duldungsleistung in den Bereich der **Vermögensverwaltung**.
- Wenn das Logo aber mit einem Link hinterlegt ist und durch Anklicken die Werbeseiten des Sponsors erreichbar sind, dann gehört es in den Bereich **wirtschaftlicher Geschäftsbetrieb**.
- Ein Dank an den Sponsor auf einer Pressekonferenz: **Vermögensverwaltung**.
- Aber: Die aktive Teilnahme an einer Pressekonferenz des Sponsors, die vertragliche Verpflichtung zu Pressekonferenzen oder Veranstaltungen mit Künstlern, Prominenten und Sponsoren fällt in den Bereich des **wirtschaftlichen Geschäftsbetriebes**, da es sich hierbei um Werbung handelt.

- Die Erstellung von Werbekonzepten für den Sponsor ist ebenfalls **wirtschaftlicher Geschäftsbetrieb**.

### **Praxisbeispiele:**

**Beispiel 1:** Die Versicherung B zahlt dem Verein A für eine Festveranstaltung einen Zuschuss von 10.000 €. Es wird vereinbart, dass in der Festschrift und im Festprogramm auf die finanzielle Unterstützung durch den Sponsor B hingewiesen wird (Abdruck des Firmenlogos). Der Verein A erbringt an Versicherung B ertragssteuerfreie, aber umsatzsteuerpflichtige Duldungsleistungen, die dem ermäßigten Umsatzsteuersatz von 7% unterliegen.

**Beispiel 2:** Gegenüber der Bank C, die ebenfalls 10.000 € zahlt, verpflichtet sich Verein A, neben dem Logo der Bank auch einen allgemein bekannten Werbeslogan abzudrucken. Für die Bank C wird durch den zusätzlichen Abdruck des Werbeslogans eine Werbeleistung im Rahmen eines ertragssteuerpflichtigen wirtschaftlichen Geschäftsbetriebs ausgeführt. In der Umsatzsteuer ist der allgemeine Steuersatz von 19% anzuwenden.

In beiden Fällen ist der Verein A berechtigt, dem Sponsor eine Rechnung mit gesondert ausgewiesener Umsatzsteuer zu erteilen. Hätten Versicherung B und Bank C an Sportverein A eine Zuwendung zur allgemeinen Förderung der Vereinstätigkeit gegeben, wäre eine Rechnungserteilung mangels Leistung dagegen nicht zulässig.

**Bitte lassen Sie daher im Vorfeld Ihren Sponsoring-Vertrag von einem Rechtsanwalt oder Steuerberater prüfen, um etwaige steuerrechtliche Fehler zu vermeiden!**

### **Ansprechpartner:**

Dirk Buchmann  
Fundraising-Beauftragter der EKM

Gemeindedienst der EKM  
Zinzendorfplatz 3  
99192 Neudietendorf  
Telefon: 036202/ 771796  
E-Mail: dirk.buchmann@ekmd.de