

Umsatzsteuer bei passivem Sponsoring

Das Bundesfinanzministerium (BMF) stellt in einem aktuellen Erlass klar, dass nicht nur der bloße Hinweis auf den Sponsor umsatzsteuerlich keine Folgen hat, sondern auch der umgekehrte Fall, bei dem der Sponsor mit seiner Unterstützung einer gemeinnützigen Einrichtung wirbt.

Grundsätzlich erfolgt bei Sponsorships ein umsatzsteuerbarer Leistungsaustausch. Der Sponsor gewährt Zuwendungen in Geldform oder in geldwerten Vorteilen. Im Gegenzug erbringt der Empfänger (Verein) eine Werbeleistung für das sponsernde Unternehmen. Das erfüllt regelmäßig die Voraussetzungen für eine Umsatzsteuerpflicht. Der Leistungsempfänger erhält einen Vorteil, der einen Kostenfaktor in seiner Tätigkeit bildet und damit zu einem Verbrauch im Sinne des Umsatzsteuerrechts führt.

Etwas andere gilt nur, wenn es sich um nur geringfügige Gegenleistungen handelt. Das gilt etwa dann, wenn der Empfänger in Printmedien und auf Internetseiten auf die Unterstützung durch den Sponsor lediglich hinweist, soweit das "ohne besondere Hervorhebung" geschieht. Unschädlich ist dabei auch die Wiedergabe des Logos. Lediglich konkrete Werbeaussagen (Produktwerbung) - dazu gehört auch die Verlinkung - führen zu einer steuerlich relevanten Gegenleistung.

Die entsprechende Regelung der Finanzverwaltung findet sich im Umsatzsteuer-Anwendungserlass (UStAE):

"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. Dieser Hinweis kann unter Verwendung des Namens, Emblems oder Logos des Sponsors, jedoch ohne besondere Hervorhebung oder Verlinkung zu dessen Internetseiten, erfolgen." (Abschn. 1.1 Abs. 23 UStAE)

Das BMF hat diese Vorgabe nun für den Fall erweitert, **dass umgekehrt der Sponsor auf seine Unterstützung ohne besondere Hervorhebung lediglich hinweist**. Es liegt dann ebenfalls kein Leistungsaustauschverhältnis vor. Das gilt aber dann nicht mehr, wenn dem Sponsor das ausdrückliche Recht eingeräumt wird, die Sponsoringmaßnahme im Rahmen eigener Werbung zu vermarkten.

Diese Regelung wird auf alle entsprechenden Steuerfälle ab dem 1. Januar 2013 angewendet.

Hinweis: Die übliche Praxis, dass der Sponsor auf seine erbrachte finanzielle Unterstützung gegenüber dem Vereinen auch selbst hinweist, bleibt also noch ohne umsatzsteuerliche Folgen. Eine ausdrückliche Übertragung des Werberechts ist dagegen steuerbar - aber nur mit dem ermäßigten Steuersatz (7%), soweit sich der Verein an der Verwertung des Werberechtes nicht beteiligt. Erst die aktive Werbung für den Sponsor unterliegt als ertragssteuerpflichtige wirtschaftliche Tätigkeit dem Regelsteuersatz (19%).

[BMF, Schreiben vom 25.07.2014; AZ: IV D 2 - S 7100/08/10007 :003](#)