



Zentrale Verwaltung
Abteilung IV-3
Finanzen, Kassen, Steuer

Olga Kravchuk
Betriebswirtin
Tel: +49 731 50 25891
Fax: +49 731 50 25064
olga.kravchuk@uni-ulm.de
<http://www.verwaltung.uni-ulm.de>

06.12.2018, Ulm

Merkblatt zum Sponsoring

I. Begriff des Sponsoring

Unter Sponsoring wird üblicherweise die Gewährung von Geld oder geldwerten Vorteilen durch Unternehmen zur Förderung von Personen, Gruppen und/oder Organisationen in sportlichen, kulturellen, kirchlichen, wissenschaftlichen, sozialen, ökologischen oder ähnlich bedeutsamen gesellschaftspolitischen Bereichen verstanden, mit der regelmäßig auch eigene unternehmensbezogene Ziele der Werbung oder Öffentlichkeitsarbeit verfolgt werden. Leistungen eines Sponsors beruhen häufig auf einer vertraglichen Vereinbarung zwischen dem Sponsor und dem Empfänger der Leistungen (Sponsoringvertrag), in dem Art und Umfang der Leistungen des Sponsors und des Empfängers geregelt sind. Ein solcher Sponsoringvertrag ist künftig zwingend abzuschließen.

II. Form des Sponsoring

Sponsoringleistungen können in Form von Geld und Sachmitteln erfolgen. Soll die Sponsoringform Sachmittel gewählt werden, so bedarf es einer genauen Wertermittlung und Angabe durch den Sponsor. Diese Angaben sind für etwaige künftige Erklärungs-pflichten gegenüber der Steuerverwaltung erforderlich.

III. Steuerliche Behandlung bei steuerbegünstigten Empfängern.

Differenzierung zwischen aktivem und passivem Sponsoring

Grundsätzlich sind alle Sponsoringeinnahmen steuerpflichtig. Die im Zusammenhang mit dem Sponsoring erhaltenen Leistungen können steuerfreie Einnahmen im ideellen Bereich, steuerfreie Einnahmen aus der Vermögensverwaltung (passives Sponsoring) oder steuerpflichtige Einnahmen eines wirtschaftlichen Geschäftsbetriebs (aktives Sponsoring) sein.

Steuerfreie Einnahmen im ideellen Bereich liegen vor, wenn die Leistungen der Hochschule sich nur auf die bloße Namensnennung bzw. Hinweis auf den Sponsor auf verschiedenen Werbeträgern ohne besondere Hervorhebung und ohne Verlinkung auf der Homepage beschränken. Der Gesponserte darf nicht aktiv an der Werbeleistung des Sponsors mitwirken. Diese Leistungen sind steuerlich unbeachtlich.

Steuerfreie Einnahmen aus der Vermögensverwaltung, s. g. *passives Sponsoring*, liegen vor, wenn die Hochschule nur Duldungsleistungen ohne aktiven Mitwirkung am Wettbewerb erbringt. Bei solchen Leistungen entsteht ebenfalls keine Steuerpflicht:

- Überlassung von Eintrittskarten
- Überlassung des Rechts auf Bezeichnung als „offizieller Sponsor“
- Benennung eines Hörsaales mit dem Namen des Sponsors
- Werbung des Sponsors auf Gegenständen des Gesponserten ohne weiteren Verpflichtungen der Universität (z.B. Werbemobil)

Die Werbemaßnahmen des Gesponserten dürfen keinen Bezug auf die Produkte bzw. Leistungen des Sponsors haben.

In allen anderen Fällen handelt es sich um **steuerpflichtige Einnahmen eines wirtschaftlichen Geschäftsbetriebes** (*aktives Sponsoring*). Durch eine aktive Werbemaßnahme seitens der Universität zugunsten des Sponsors wird ein Betrieb gewerblicher Art (BgA) begründet mit Umsatzsteuer- sowie Ertragsteuerpflicht.

IV. Steuerliche Behandlung beim Sponsor

Der Sponsor darf seine Sponsoringleistung in voller Höhe steuermindernd als Betriebsausgabe geltend machen. Bedingung dafür ist aber ihre betriebliche Veranlassung. Die Ausgaben sollen objektiv mit dem Betrieb zusammenhängen und die Einnahmeerzielung fördern, indem das Ansehen des Unternehmens erhöht wird. Deswegen sollen die Leistungen der Universität im Sponsoringvertrag genau definiert werden.

Beim aktiven Sponsoring zahlt der Sponsor zwar die Umsatzsteuer, wird aber zum vollen Vorsteuerabzug berechtigt. Ist der Sponsor nicht oder nur teilweise zum Vorsteuerabzug berechtigt (z.B. Banken, Versicherungen), stellt die Vorsteuer ganz oder teilweise zusätzliche Kosten dar.

V. Abrechnung von Sponsoringleistungen

Sponsoringleistungen werden per Rechnungsstellung an den Sponsor abgerechnet. Rechnungen für steuerpflichtige Einnahmen (aktives Sponsoring) werden mit USt-Ausweis (19%) erstellt. Auch wenn kein Geld fließt (tauschähnlicher Umsatz), muss der subjektive Wert der Leistung als steuerpflichtige Einnahme erfasst werden (Abschn.10.5 UStAE). Die Parteien sollen sich also wechselseitige Rechnungen zuzüglich Umsatzsteuer ausstellen.

Rechnungen für steuerfreie Einnahmen (ideeller Bereich, passives Sponsoring) werden USt-frei (0%) erstellt. Dafür werden 2 Projektnummern angelegt, die die steuerpflichtigen Leistungen von der steuerfreien Leistungen trennen sollen.

Für an die Universität geflossene Sponsoreneinnahmen kann keine Zuwendungsbestätigung im Sinne des § 10b Einkommensteuergesetz ausgestellt werden.

VI. Mustervertrag

Für die Vereinbarung von Sponsoringleistungen und Sponsoringbetrag ist das in der Anlage befindliche Vertragsmuster verbindlich zu verwenden. Die rechtsverbindliche Unterschrift erfolgt ausschließlich durch den Kanzler der Universität oder eine von ihm ermächtigte bzw. beauftragte Person in der Zentralen Universitätsverwaltung.

Checkliste steuerfreie / steuerpflichtige Einnahmen

Sachverhalt	Ideeller Bereich	Passives Sponsoring	Aktives Sponsoring
	Steuerfrei		Steuerpflichtig
Hinweis auf Unterstützung des Sponsors ohne besondere Hervorhebung (ohne Verlinkung)	X		
Namensnennung ohne Hervorhebung	X		
Verwendung eines Logos ohne Hervorhebung	X		
Recht auf Bezeichnung als offizieller Sponsor		X	
Benennung des Hörsaales mit Sponsornamen		X	
Finanzierung eines Fahrzeugs durch Werbung für den Sponsor ohne Leistungsverpflichtung		X	
Überlassung von Eintrittskarten		X	
Finanzierung eines Fahrzeugs durch Werbung für den Sponsor mit Leistungsverpflichtung			X
Verwendung eines Logos mit Hervorhebung, mit Verlinkung			X
Kleidung mit Logo des Sponsors			X
Anzeigen und Inserate des Sponsor			X
Aufstellung eines Informationsstandes			X
Verteilung von Werbegeschenken, Prospekten, Auslage von Unternehmensbroschüren			X
Exklusive Präsentierungsrechte für Sponsor			X
Bandenwerbung, Aufstellung von Flaggen mit Werbung von Sponsor			X
Nennung eines Werbeslogans, Produktnamens			X

SPONSORINGVERTRAG

zwischen

- nachfolgend "Sponsor" genannt -

und

Universität Ulm
89069 Ulm
vertreten durch den Kanzler Herr Dieter Kaufmann

- nachfolgend "Universität" genannt -

wird folgender Sponsoringvertrag geschlossen:

Präambel

Dieser Vertrag wird in der gemeinsamen Absicht geschlossen, die Ziele der Universität zu fördern: Der Sponsor unterstützt insbesondere die Aktivitäten in

Wissenschaftssponsoring
Kultursponsoring
Sportsponsoring (Hochchulsport)
Umweltsponsoring (Bot. Garten)

Die Vorschriften der Drittmittelrichtlinien gelten uneingeschränkt und sind daher zu beachten.

1. Vertragspflichten des Sponsors

Der Sponsor unterstützt die Universität mit einem Geldbetrag in Höhe von EURO für

Der Sponsor verpflichtet sich zur Zahlung der vereinbarten Vergütung auf das Konto:

.....

Dabei ist auf den Verwendungszweck laut Rechnungsstellung zu achten.

Die Vergütung wird mit Rechnungseingang fällig.

2. Vertragspflichten der Universität

Die Universität verpflichtet sich die in der Anlage unter Punkt 1 (oder 2) aufgeführten Leistungen umzusetzen.

Die Universität wird die ihr vom Sponsor zur Verfügung gestellten Mittel ausschließlich für den in der Präambel genannten Zweck verwenden.

4. Haftung der Universität

Die Universität übernimmt keine Gewähr für den Werbeerfolg.

Die Universität haftet nur für durch Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit verursachte Sach- und Vermögensschäden.

Bei der Verletzung von wesentlichen Vertragspflichten haftet die Universität für Vorsatz und Fahrlässigkeit. Bei Vorliegen von einfacher Fahrlässigkeit ist die Haftung auf vorhersehbare, vertragstypische und unmittelbare Schäden beschränkt. Wesentliche Vertragspflichten sind solche Pflichten, die vertragswesentliche Rechtspositionen des Vertragspartners schützen, die ihm nach Inhalt und Zweck des Vertrages gerade zu gewähren sind. Wesentlich sind ferner solche Vertragspflichten, deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Vertrages überhaupt ermöglicht und auf deren Einhaltung der Vertragspartner regelmäßig vertrauen durfte.

Die Haftungsbeschränkungen/-ausschlüsse gelten nicht für Ansprüche nach dem Produkthaftungsgesetz, wegen arglistigen Verhaltens, aus der Haftung für garantierte Beschaffenheitsmerkmale und aus der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit.

Der Sponsor stellt die Universität von Ansprüchen Dritter frei, es sei denn, die Haftung beruht auf vorsätzlichem oder grob fahrlässigem Verhalten der Universität.

5. Keine Ausschließlichkeit

Die Universität ist berechtigt, während der Laufzeit dieses Vertrages weitere Verträge mit anderen Sponsoren zur Förderung der in der Präambel beschriebenen Zwecke zu schließen.

6. Schriftform

Alle Änderungen und Ergänzungen dieses Vertrages bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der Schriftform. Dies gilt auch für eine Änderung dieser Schriftformklausel.

7. Gerichtsstand, anwendbares Recht

Eventuell entstehende Meinungsverschiedenheiten versuchen die Vertragspartner gütlich beizulegen. Im Übrigen wird als Gerichtsstand Ulm vereinbart und es gilt deutsches Recht unter Ausschluss deutschen Kollisionsrechts und des UN-Kaufrechts (CISG).

8. Salvatorische Klausel

Sollte eine Bestimmung oder ein Teil einer Bestimmung dieses Vertrages unwirksam sein oder werden, so wird die Gültigkeit dieses Vertrages im übrigen nicht berührt. Anstelle der unwirksamen Bestimmung soll eine angemessene Regelung gelten, die dem am nächsten kommt, was die Parteien gewollt hätten, wenn sie bei Abschluss dieses Vertrages den Punkt bedacht hätten.

Ulm, den _____
(Datum)

Dieter Kaufmann
Kanzler der Universität Ulm

Leiter der einwerbenden
Einrichtung

_____, den _____
(Datum)

Sponsor
