

Merkblatt Spenden und Sponsoring

Hochschulen sind vor dem Hintergrund knapper Staatsfinanzen in immer stärkerem Maße auf die Einwerbung von Drittmitteln angewiesen. Dazu gehört neben den etablierten Forschungsförderungsanträgen bei öffentlichen oder nicht-öffentlichen Geldgebern die Einwerbung von Spenden und Sponsoring.

Spenden und Sponsoring-Leistungen für die Johannes Gutenberg-Universität Mainz sind grundsätzlich über Drittmittel-Abrechnungsobjekte in der Buchhaltung abzuwickeln. Zuständig für deren Einrichtung ist das Referat FIN 5 – Drittmittel des Dezernats Finanzen und Beschaffung der Johannes Gutenberg-Universität Mainz (im folgenden „Universität“).

Vor dem Hintergrund immer wieder aufkeimender Korruptionsvorwürfe im Zusammenhang mit Spenden und Sponsoring im Bereich der öffentlichen Verwaltung ist eine besondere Aufmerksamkeit von uns allen notwendig. Auf die Verpflichtung der Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler und Referats-, Abteilungs- und Dezernatsleiter/innen, ihre Vorbildfunktion gegenüber den nachgeordneten Bereichen wahrzunehmen, ist daher gesteigerter Wert zu legen. Das Einwerben, Annehmen und Vermitteln einer Zuwendung, unabhängig davon, ob Spende oder Sponsoring, ist nur zulässig, wenn eine Beeinflussung bei der Wahrnehmung der universitären Aufgaben ausgeschlossen ist. Kommen für eine Förderung mehrere Geber in Betracht, ist dem Gleichbehandlungsgebot Rechnung zu tragen.

Dieses Merkblatt soll eine generelle Hilfestellung zur Abgrenzung der Begriffe Spenden und Sponsoring geben und auf die praktische Umsetzung an der Universität eingehen. Zur Einordnung im Kanon der unterschiedlichsten Drittmittel wird auf das Schaubild am Ende des Merkblatts verwiesen.

Rechtsquellen

Bürgerliches Gesetzbuch (BGB)

Einkommensteuer-Gesetz (EStG)

Einkommensteuer-Richtlinien (EStR)

Einkommensteuer-Durchführungsverordnung (EStDV)

Schreiben des Bundesministeriums der Finanzen zum steuerlichen Spendenabzug,
Muster für Zuwendungsbestätigungen (§ 10 b EStG) vom 07.11.2013,

Az: IV C 4 – S 2223/07/0018 :005

Schreiben des Bundesministeriums für Finanzen vom 18. Februar 1998 zur
ertragsteuerlichen Behandlung des Sponsorings, BStBl. 1998 I S. 212

Verwaltungsvorschrift zur Korruptionsprävention Rheinland-Pfalz

<https://ir-oe.verwaltung.uni-mainz.de/innenrevision-und-organisationsentwicklung-ir-oe/korruptionspraevention/>

Spenden

Definition und Abgrenzung

Im bürgerlichen Recht gibt es den Begriff der „Spende“ nicht. Zivilrechtlich betrachtet handelt es sich bei Spenden um Schenkungen nach den Merkmalen des § 516 Abs. 1 BGB.

Steuerrechtlich sind Spenden als freiwillige und unentgeltliche Geld- oder Sachzuwendungen für einen religiösen, wissenschaftlichen, gemeinnützigen, wirtschaftlichen oder politischen Zweck definiert. Ein Leistungsaustausch zwischen Spender/in und Empfänger/in der Spende ist nicht gegeben. Denkbar und impliziert durch die Auswahl der/des Geförderten ist die Vorgabe einer Zweckbindung hinsichtlich der (gemeinnützigen) Verwendung.

Spenden können sowohl von natürlichen als auch juristischen Personen (des öffentlichen oder des privaten Rechts) erfolgen.

Deren Ziel ist es – neben der Unterstützung – i.d.R. auch, die Spende zur Verminderung der Steuerlast gegenüber den Finanzbehörden geltend zu machen. Hierzu bedarf es einer Zuwendungsbestätigung (umgangssprachlich: Spendenbescheinigung), ausgenommen Geldspenden bis 300 €, wenn sie unbar geleistet werden.

Zuwendungen, für die eine Gegenleistung durch die Universität erbracht wird, stellen keine Spenden dar. Dabei ist es unerheblich, ob die Leistungen gleichwertig sind. Eine Aufteilung einer Zuwendung in eine Spende und einen Leistungsaustausch ist nicht zulässig.

Geldspenden unterliegen steuerrechtlich dem Gebot der zeitnahen Verwendung, die aktuell mit \pm zwei Jahren, beginnend mit dem auf die Zuwendung folgenden Kalenderjahr, vorgegeben ist.

Verwendung für steuerbegünstigte Zwecke

Eine Zuwendungsbestätigung (umgangssprachlich: Spendenbescheinigung) kann nur ausgestellt werden, wenn es sich um eine Spende zur Förderung gemeinnütziger Zwecke handelt. Forschung und Lehre sind als wissenschaftlicher Zweck gemeinnützig, soweit sie im hoheitlichen Bereich stattfinden.

Die Verwendung einer Spende im steuerpflichtigen (wirtschaftlichen) Bereich (Betrieb gewerblicher Art, z.B. Auftragsforschung, Anwendung gesicherter Erkenntnisse) ist nicht zulässig. Ebenso verbietet sich die ausschließliche Verwendung von Spenden für repräsentative Ausgaben wie die Bewirtung von Gästen anlässlich eines Workshops oder eines Arbeitstreffens/-essens mit überwiegend auswärtiger Beteiligung. Der allgemein gültigen Vorgabe zu einem sparsamen und wirtschaftlichen Ressourcenumgang ist gerade in diesem Bereich besonderes Gewicht beizumessen.

Ebenfalls nicht zulässig ist es, für die Unterstützung durch die Spenderin/den Spender aktiv Werbung zu machen. Unschädlich ist die Veröffentlichung bzw. der Dank für die Zuwendung beispielsweise im Programm für eine Tagung oder auf der Homepage, letzteres allerdings nicht mit einem aktiven Link, sondern maximal mit dem Firmenlogo.

Für die Hochschule als Empfänger ist eine Spende steuerrechtlich irrelevant.

Zuwendungsbestätigung (umgangssprachlich: Spendenbescheinigung)

Für die steuerliche Geltendmachung einer Spende bedarf es bei Sachspenden und Geldspenden über 300 € einer Zuwendungsbestätigung, die nach amtlichen Vorgaben zu erstellen ist. Zuständig innerhalb der Universität ist ausschließlich die Zentrale Verwaltung, Dezernat FIN – Finanzen und Beschaffung.

Es versteht sich von selbst, dass für persönliche Spenden an Universitätsangehörige und/oder Zuwendungen, die nicht über Drittmittel-Abrechnungsobjekte des Dezernats FIN abgewickelt werden, keine Zuwendungsbestätigung ausgestellt werden darf.

Für eine Geldspende bis 300 € ist zur steuerlichen Geltendmachung gegenüber dem Finanzamt keine Spendenbescheinigung erforderlich. Hier gilt ein vereinfachter Nachweis, der gemäß Einkommensteuer-Durchführungsverordnung (EStDV) mit Beleg über die Bareinzahlung (Quittung) von einem Kreditinstitut oder dessen Buchungsbestätigung erbracht wird.

Aufgrund der unterschiedlichsten Arten von Zahlungen und Sachspenden bedarf es, wenn die Spenderin/der Spender eine Zuwendungsbestätigung benötigt, Ihrer Mithilfe. Verwenden Sie hierfür bitte ab sofort das vorgesehene Formblatt. <https://www.verwaltung.finanzen.uni-mainz.de/downloads-spenden-und-sponsoring/>

Ihren wahrheitsgemäßen und durch Unterschrift zu bestätigenden Angaben kommt für die Ausstellung der Zuwendungsbestätigung besonderes Gewicht zu: bei missbräuchlicher Ausstellung kann die Universität zur Haftung für die entgangene Steuer herangezogen werden, die die Finanzverwaltung mit pauschal 30 % des bestätigten Werts festsetzt.

Besonderheiten bei Sachspenden

Die Annahme einer Sachspende ist nur zulässig, wenn entsprechender Bedarf besteht. Kriterium für Ihre diesbezügliche Einschätzung könnte sein, ob Sie – vorausgesetzt die finanziellen Ressourcen wären grundsätzlich vorhanden – diese Sache für einen Erwerb auswählen würden.

Wenn der Bedarf gegeben ist, sind vor Annahme der Spende mögliche Nebenkosten sowie personelle und/oder sächliche Folgekosten und deren Finanzierung zu klären. Diese können nur aus Landesmitteln oder nicht steuerlich relevanten Drittmitteln getragen werden. Spenden sind ausschließlich dem hoheitlichen Bereich, d.h. den Aufgaben in Forschung und Lehre, die gemeinnützig sind, vorbehalten.

Neben der genauen Bezeichnung jeder einzelnen Sache (z.B. Art, Alter, Zustand, historischer Kaufpreis) ist der Wert im Sinne des § 10b Abs. 3 EStG anzugeben. Die steuerrechtliche Bedeutung der Angabe des Werts für die Spenderin/den Spender zwingt hier zu besonders sorgfältiger Betrachtung und Beurteilung.

Steuerrechtlich ist zwischen der Sachspende aus Betriebs- oder Privatvermögen zu trennen:

aus Betriebsvermögen

Stammt die Sachzuwendung nach den Angaben der Geberin/des Gebers aus dessen Betriebsvermögen, ist sie mit dem Entnahmewert (zuzüglich der bei der Entnahme angefallenen Umsatzsteuer; vgl. R 10b. 1 Absatz 1 Satz 4 EStR) anzusetzen. In diesen Fällen bedarf es außer der Bestätigung durch den Zuwendungsgeber (das Unternehmen) keiner zusätzlichen Unterlagen für die Universität.

Aus Vollständigkeitsgründen werden an dieser Stelle auch die für das Unternehmen geltenden steuerrechtlichen Vorgaben genannt. Der Entnahmewert ist grundsätzlich der Teilwert.

- *Der Entnahmewert kann auch der Buchwert sein, wenn das Wirtschaftsgut unmittelbar nach der Entnahme für steuerbegünstigte Zwecke gespendet wird (sog. Buchwertprivileg § 6 Absatz 1 Nummer 4 Satz 4 und 5 EStG).*
- *Der auf der Zuwendungsbestätigung ausgewiesene Betrag darf den bei der Entnahme angesetzten Wert nicht überschreiten.*

aus Privatvermögen

Maßgeblich ist hier der sog. „gemeine Wert“ des gespendeten Wirtschaftsguts. Dieser wird durch den Preis bestimmt, der im gewöhnlichen Geschäftsverkehr nach der Beschaffenheit der Sache bei einem Verkauf zu erzielen wäre. Dabei sind alle Umstände, die den Preis beeinflussen, zu berücksichtigen. Ungewöhnliche oder persönliche Verhältnisse sind nicht zu berücksichtigen. Der gemeine Wert ist ein Bruttowert.

Ansonsten sind die fortgeführten Anschaffungs- oder Herstellungskosten, d.h. die um die Abschreibungen für die bisherige Nutzung verminderten Kosten des Erwerbs (soweit bekannt und nachgewiesen) als Wert anzugeben.

Da bei Spenden gebrauchter Sachen aus dem Privatvermögen häufig kein Kaufbeleg mehr vorgelegt werden kann, besteht die Möglichkeit, durch ein Gutachten den gemeinen Wert zum Zeitpunkt der Übergabe zu dokumentieren. Soweit die Wissenschaftlerin/der Wissenschaftler, die/der eine Sachspende erhält, die notwendige Beurteilung vornehmen kann, bedarf es keiner Einschaltung eines externen Gutachters. In die Wertangabe fließen alle verfügbaren Informationen (z.B. Internet-Recherche nach ähnlichen Waren o. ä.) ein.

Bei wissenschaftlicher Literatur ist die Universitätsbibliothek, bei der es allgemein anwendbare Berechnungsvorgaben gibt, zu beteiligen.

Als Ansprechpartnerin steht Ihnen

Frau Wera Erhard, Telefon 06131 39-24572, W.Erhard@ub.uni-mainz.de

zur Verfügung.

Sponsoring

Definition und Abgrenzung

Sponsoring beruht auf einer vertraglichen Vereinbarung, bei der eine Partnerin/ein Partner Geld oder einen geldwerten Vorteil gewährt und die Universität als Leistung eine an diese Partnerin/diesem Partner ausgerichtete Unterstützung ihrer/seiner Kommunikations- und Marketingziele schuldet.

Im Gegensatz zur Spende ist hier also ein Leistungsaustausch gegeben und beide Vertragspartner/innen sind verpflichtet.

Beim Sponsoring stehen sich die messbaren Leistungen i.d.R. nicht gleichwertig gegenüber.

Zielsetzung des Sponsorings für die Sponsorin/den Sponsor sind einerseits die Förderung eines bestimmten Zwecks und andererseits vor allem (auch) sog. „kommunikative Zwecke“, beispielsweise die Kontakt- und Imagepflege oder die Steigerung des Bekanntheitsgrads. Sponsoring ist zielgruppenorientiert und beinhaltet – neben dem wirtschaftlichen Interesse – einen gewissen, in seinem Umfang nicht erkennbaren Förderanteil.

Sponsoring-Verträge unterliegen nach geltendem Recht grundsätzlich keinen Formvorschriften. Es kommt bei einer schriftlichen Fixierung auch nicht darauf an, wie der Vertrag bezeichnet ist. Maßgeblich ist allein die inhaltliche Ausgestaltung.

Zur Vermeidung von Unklarheiten bei der Vertragserfüllung und daraus ggf. resultierenden Streitigkeiten wird dringend empfohlen, grundsätzlich – auch bei einer mündlichen Absprache – auf eine schriftliche, ggf. im Anschluss an eine mündliche Absprache, nachträgliche, von beiden Partner/innen unterzeichnete Dokumentation zu bestehen.

Steuerrechtlich gilt für die Universität: die im Zusammenhang mit dem Sponsoring erhaltenen Leistungen können

- steuerfreie Einnahmen im ideellen Bereich oder aus der Vermögensverwaltung sein, dies ist z.B. gegeben, wenn die Universität auf Plakaten, Veranstaltungshinweisen, in Ausstellungskatalogen oder in anderer Weise auf die Unterstützung durch eine Sponsorin/einen Sponsor lediglich unter Verwendung des Namens, Emblems oder Logos der Sponsorin/des Sponsors, jedoch ohne besondere Hervorhebung hinweist und ansonsten keine Aktivitäten vereinbart sind.

Diese Art der „Zuwendung“ stellt für die Sponsorin/den Sponsor keine Betriebsausgabe dar und ist als Spende (§ 10 b EStG) zu behandeln, wenn sie zur Förderung steuerbegünstigter Zwecke freiwillig oder aufgrund einer freiwillig eingegangenen Rechtspflicht erbracht wird, kein Entgelt für eine bestimmte Leistung der Empfängerin/des Empfängers ist und nicht in einem tatsächlichen wirtschaftlichen Zusammenhang mit dessen Leistungen steht (BFH vom

25. November 1987, I R 126/85, BStBl 1988 II S. 220; vom 12. September 1990, I R 65/86, BStBl 1991 II S. 258).

- steuerpflichtige Einnahmen aus wirtschaftlichem Geschäftsbetrieb sein,

dies ist der typischere Fall, beispielsweise, wenn die Sponsorin/der Sponsor wirtschaftliche Vorteile, die insbesondere in der Verbreitung und Erhöhung ihres/seines Ansehens liegen können, für ihr/sein Unternehmen anstrebt und die Universität dafür aktiv wirbt. Eine solche Aktivität ist bereits gegeben, wenn in Tagungsmappen Werbemittel (z.B. Kugelschreiber o.ä.) der Sponsorin/des Sponsors verteilt werden oder ein aktiver Link auf der Homepage für eine Veranstaltung gesetzt wird, bei der die Universität (Mit-) Veranstalter ist.

Für diese Sponsoringmaßnahmen dürfen keine Zuwendungsbestätigungen ausgestellt werden.

Gewerbliches Sponsoring begründet auf Seiten der Universität steuerrechtlich einen sog. „Betrieb gewerblicher Art“. Leistungen unterliegen in vollem Umfang der derzeit 19 %-igen Umsatzsteuer und sind auch ertragssteuerlich (Körperschaftsteuer, Gewerbesteuer) relevant.

Für die Abgrenzung gelten die allgemeinen Grundsätze (vgl. insbesondere Anwendungserlass zur Abgabenordnung, zu § 67 a, Tz. I/9).

Abschluss von Sponsoringverträgen

Die JGU hält zwei Muster-Sponsoringverträge vor, die abhängig von der Höhe des Sponsoringbetrags zur Anwendung kommen:

- die **Kurzversion** dient für Sponsoringverträge bis zu einem Sponsoringbetrag in Höhe von **9.999** Euro
- die **Langversion** dient für Sponsoringverträge ab einem Sponsoringbetrag in Höhe von **10.000** Euro.

Beide Muster können sie auf unserer Homepage abrufen.

Der einzuhaltende Unterzeichnungsprozess für die beiden Versionen unterscheidet sich wie folgt:

- **Kurzversion:**
 - (1) Finale Abstimmung mit Vertragspartner
 - (2) Mitzeichnung durch Projektleitung
 - (3) Kenntnisnahme Institutsleitung/Dekanat/Leitung der Einrichtung
 - (4) Abschließende Unterzeichnung für JGU durch Stabsstelle Rechtsangelegenheiten

- **Langversion:**

- (1) Finale Abstimmung mit Vertragspartner
- (2) Mitzeichnung durch Projektleitung
- (3) Übersendung auf dem Dienstweg (d.h. Kenntnisnahme der Institutsleitung und des Dekanats bzw. der Leitung der Einrichtung) an die Stabsstelle Rechtsangelegenheiten
- (4) Prüfung durch die Stabsstelle Rechtsangelegenheiten und Vorlage an den Präsidenten zur Unterschrift
- (5) Rücksendung des unterzeichneten Vertrags an den JGU-Verantwortlichen

Weitere Details und Informationen können dem Vorblatt des jeweiligen Musters entnommen werden.

Bitte beachten Sie: der Sponsoringvertrag muss vor dem Leistungsaustausch in Schriftform abgeschlossen, d.h. seitens JGU und Vertragspartner unterzeichnet sein. Bitte nehmen Sie daher frühzeitig Kontakt mit den unten genannten Ansprechpersonen auf.

Bei evtl. Unklarheiten wenden Sie sich bitte:

- soweit es sich um Fragen zur vertraglichen Vereinbarung handelt, an die Stabsstelle RE, insbesondere Herrn Benjamin Raacke-Sippel, Tel. 20065, E-Mail: recht@uni-mainz.de
- im Übrigen an Frau Franziska Vogl, Dezernat Finanzen und Beschaffung, ReferatFIN 5 – Drittmittel, Tel. 24121, E-Mail: franziska.vogl@uni-mainz.de

(Stand vom 24.11.2021)