



## Verwaltungsmitteilung Nr. 05 / 2014

für den Bereich Campus und Germersheim

### Drittmittel hier: Spenden und Sponsoring

Anlagen

Die an vielen Stellen als unzureichend empfundene finanzielle und personelle Ausstattung der Hochschulen ist für zahlreiche Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler ausschlaggebend, sich vermehrt um Zuwendungen zu bemühen. Dazu gehört neben den etablierten Forschungsförderungsanträgen bei öffentlichen oder nicht-öffentlichen Geldgebern die Einwerbung von Spenden und Sponsoring. Da umgangssprachlich diese beiden Begriffe synonym verwandt werden, rechtlich aber unterschiedlicher Qualität sind und dies für den Umgang und die Verwendung von weitreichender Bedeutung ist, sind folgende Abgrenzungen zu beachten:

#### Spenden (steuerrechtlich: Zuwendungen)

Spenden sind zivilrechtlich betrachtet Schenkungen nach den Merkmalen des § 516 Abs. 1 BGB.

Steuerrechtlich sind Spenden freiwillige Zuwendungen für einen religiösen, wissenschaftlichen, gemeinnützigen, wirtschaftlichen oder politischen Zweck. Zwischen Spender und Empfänger der Spende darf kein Leistungstausch gegeben sein. Denkbar ist die Vorgabe einer Zweckbindung hinsichtlich der Verwendung durch den Spender. Spenden können sowohl von Privatpersonen als auch von Unternehmen erfolgen.

Ziel des Spenders ist - 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), die nach amtlichen Vorgaben zu erstellen ist. Zuständig innerhalb der JGU ist hier ausschließlich die Abteilung FIN - Finanzen und Beschaffung.

Aufgrund der unterschiedlichsten Art von Zahlungen und Sachspenden bedarf es, wenn der Spender eine Zuwendungsbestätigung benötigt, Ihrer Mithilfe. Verwenden Sie hierfür bitte ab sofort beigefügtes Formblatt.

#### Die Kanzlerin

Dr. Waltraud Kreutz-Gers

#### Abteilung Finanzen und Beschaffung

Annette Seliger  
Marcus Schmidt

Johannes Gutenberg-Universität Mainz  
Saarstr. 21  
55122 Mainz

Tel. +49 6131 39-22190/23749  
Fax +49 6131 39-24090/20816

[annette.seliger@uni-mainz.de](mailto:annette.seliger@uni-mainz.de)  
[marcus.schmidt@uni-mainz.de](mailto:marcus.schmidt@uni-mainz.de)

[www.uni-mainz.de](http://www.uni-mainz.de)

## Sponsoring

Sponsoring beruht auf einer vertraglichen Vereinbarung, bei der ein Partner Geld oder einen geldwerten Vorteil gewährt und der Empfänger als Leistung eine an diesem Partner ausgerichtete Unterstützung seiner Kommunikations- und Marketingziele schuldet. Beim Sponsoring stehen sich die messbaren Leistungen i.d.R. nicht gleichwertig gegenüber.

Zielsetzung des Sponsorings für den Sponsor sind vielmehr „kommunikative Zwecke“, beispielsweise die Kontakt- und Imagepflege oder die Steigerung des Bekanntheitsgrads. Sponsoring ist zielgruppenorientiert und beinhaltet - neben dem wirtschaftlichen Interesse - einen gewissen, i.d.R. nicht ausgewiesenen Anteil zur Förderung.

Sowohl Spenden als auch Sponsoring-Leistungen werden grundsätzlich über Drittmittel-Abrechnungsobjekte in der Buchhaltung abgewickelt.

Einzelheiten sind in dem beigefügten Merkblatt, das ab sofort auch über die Homepage der Verwaltung, Abteilung Finanzen und Beschaffung,

<http://www.verwaltung.finanzen.uni-mainz.de/144.php>

verfügbar ist, zu entnehmen.

Eventuelle Rückfragen beantworten Ihnen gerne  
die Kolleginnen und Kollegen aus dem Referat FIN 5 – Drittmittel,  
insbesondere Herr Marcus Schmidt,  
Tel. Nr. 23749, E-Mail: [marcus.schmidt@uni-mainz.de](mailto:marcus.schmidt@uni-mainz.de)  
oder  
Frau Ingrid Stichel,  
Tel. Nr. 25544, E-Mail: [ingrid.stichel@uni-mainz.de](mailto:ingrid.stichel@uni-mainz.de).

Mit freundlichen Grüßen

Dr. Waltraud Kreutz-Gers  
- Kanzlerin -