

Sponsoring in der Praxis

Steuerrecht
Zivilrecht
Musterfälle

Luchterhand

INHALTSVERZEICHNIS

A.	Allgemeines	
I.	Zur Bedeutung von Sponsoring	
II.	Sponsoring als Finanzierungsinstrument	
B.	Gemeinnützigkeit	
I.	Bedeutung der Gemeinnützigkeit	11
II.	Steuerbefreiungen und steuerliche Ermäßigungen bei steuerbegünstigten Körperschaften	11
III.	Körperschaften	13
1.	Der Verein	14
2.	Gemeinnützigkeit von Körperschaften	14
3.	Besonderheiten	15
IV.	Voraussetzungen der Gemeinnützigkeit	15
1.	Gemeinnützige Zwecke i. S. d. § 52 AO	16
a)	Wissenschaft und Forschung	16
b)	Bildung und Erziehung	17
c)	Kunst und Kultur (kulturelle Zwecke)	17
d)	Religion	18
e)	Völkerverständigung	19
f)	Entwicklungshilfe	19
g)	Umwelt-, Landschafts-, Denkmalschutz	20
h)	Heimatgedanke	21
i)	Jugendhilfe	22
j)	Altenhilfe	22
k)	Öffentliches Gesundheitswesen	23
l)	Wohlfahrtswesen	24
m)	Sport	25
n)	Förderung des demokratischen Staatswesens	27

o)	Tier- und Pflanzenzucht	29
p)	Kleingärtnerei	29
q)	Traditionelles Brauchtum	29
r)	Soldaten- und Reservistenbetreuung	30
s)	Amateurfunken	30
t)	Modellflug	30
u)	Hundesport	30
v)	Sonstige förderungswürdige Zwecke	31
2.	Mildtätige Zwecke (§ 53 AO)	31
3.	Kirchliche Zwecke (§ 64 AO)	35
4.	Die allgemeinen Merkmale der Gemeinnützigkeit im einzelnen	36
a)	Förderung der Allgemeinheit	36
aa)	Aufnahmegebühren, Mitgliedsbeiträge, Umlagen	37
bb)	Investitionsumlagen	38
cc)	Durchschnittsberechnung	38
dd)	Zu berücksichtigende Mitglieder	41
b)	Selbstlosigkeit (§ 55 AO)	42
aa)	Begriff	42
bb)	Grundsatz	43
cc)	Begünstigungsverbot	43
dd)	Eingehen von Verbindlichkeiten	44
ee)	Mittelverwendung	44
ff)	Bildung von Rücklagen	45
gg)	Darlehen an Mitglieder	45
hh)	Zeitnahe Mittel Verwendung	47
ii)	Fristsetzung durch das Finanzamt	47
jj)	Rückzahlung von Vereinsvermögen	48
kk)	Vermögensbindung	48
ll)	Wertsteigerungen	48
c)	Ausschließlichkeit (§ 56 AO)	49
d)	Unmittelbarkeit (§ 57 AO)	51
aa)	Einschaltung von Hilfspersonen	52
bb)	Mittelbeschaffungsvereine	52
cc)	Weiterleitung von Mitteln	52
dd)	Überlassung von Arbeitskräften	52
ee)	Überlassung von Räumen	53
ff)	Gesellige Veranstaltungen	53
e)	Bildung von Rücklagen	54
f)	Anforderung an die Satzung (§§ 59- 62 AO)	56
g)	Mustersatzung für einen gemeinnützigen Verein	57
5.	Die Tätigkeitsbereiche einer gemeinnützigen Körper- schaft	60

a)	Ideeller Bereich	60
b)	Vermögensverwaltung	61
c)	Der steuerbegünstigte Zweckbetrieb	64
d)	Steuerpflichtiger wirtschaftlicher Geschäftsbetrieb	71
e)	Gewinnermittlung beim steuerpflichtigen wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb	75
f)	Berücksichtigung von Verlusten	78
g)	Sonderfälle	81
aa)	Bandenwerbung	81
bb)	Werbung auf Fahrzeugen	83
cc)	Benefizveranstaltungen	83
dd)	Kommerzielle Werbung und Sponsoring	87
ee)	Verfahren, wenn mehrere Vereine gemeinsam einen wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb unterhalten	88
6.	Muster einer Überschußrechnung	89
7.	Vereinsgründungen, Erteilung einer vorläufigen Bescheinigung	91

C. Spenden

I.	Mäzenatentum und Spendenabzug, Fundraising	95
II.	Spenden im Rahmen des Sponsorings	96
1.	Spendenbegriff	96
a)	Freiwilligkeit	97
b)	Unentgeltlichkeit	98
	Spendenempfänger	100
	Begünstigte Zwecke	101
a)	Besonders förderungswürdige gemeinnützige Zwecke	102
b)	Durchlaufspenden	102
c)	Mildtätige Zwecke	105
d)	Kirchliche Zwecke	105
e)	Religiöse Zwecke	106
f)	Wissenschaftliche Zwecke	106
	Gegenstand der Spende	108
a)	Geldzuwendungen	108
b)	Sachzuwendungen	108
c)	Bewertung von Spenden	109
aa)	Sachspenden aus Privatvermögen	109
bb)	Sachspenden aus dem Betriebsvermögen	110
cc)	Verzicht auf Erstattungsansprüche	111

d)	Verwendung der Spenden	112
e)	Spendenbestätigung	112
f)	Vereinfachungsregelung	113
g)	Höhe des Spendenabzuges	114
h)	Großspenden	115
i)	Verfolgung unterschiedlicher spendenbegünstigter Zwecke	116
i)	Spendenabzugsverfahren	117
k)	Spendenabzug bei Personengesellschaften	118
l)	Eigenkapitalgliederung beim Spendenabzug von Großspenden bei Körperschaften	118
m)	Altkleiderspenden	119
n)	Patenschaften	119
5.	Haftung und Vertrauensschutz	120
6.	Neuordnung des Spendenrechts ab 2000	124
D.	Sponsoring	
I.	Allgemeines	127
1.	Der Sponsoringbegriff	127
2.	Das Wesen und die Entwicklung des Sponsorings	127
II.	Motive beim Sponsoring, Austausch von Leistung und Gegenleistung	129
1.	Integration des Sponsorings in die Unternehmenskommunikation	129
2.	Verhältnis der klassischen Kommunikationsbereiche zum Sponsoring	130
a)	Sponsoring und Public Relations	130
b)	Sponsoring und Werbung	130
c)	Sponsoring und Verkaufsförderung	130
III.	Allgemeine beim Sponsoring zu beachtende Grundsätze	131
IV	Arten des Sponsorings aus der Sicht von Sponsor und Gesponserten	132
1.	Aus der Sicht des Sponsors	132
a)	Art der Sponsoringleistungen	132
b)	Anzahl der Sponsoren	132
c)	Art der Sponsoren und der Gesponserten	132
2.	Aus der Sicht der Gesponserten	133

3.	Fremdinitiiertes oder eigeninitiiertes, einseitiges oder vielseitiges, dauerhaftes oder kurzfristiges Sponsoring	133
4.	Erscheinungsformen des Sponsorings aus der Sicht des Gesponserten	134
a)	Art der Gegenleistung des Gesponserten	134
b)	Gesponserte Individuen, Gruppen, Organisationen oder Veranstaltungen	135
V.	Planung des Sponsorings	135
1.	Systematischer Planungsprozeß	136
2.	Planungsprozeß aus der Sicht des Sponsors	136
3.	Die Planung innerhalb der einzelnen Kommunikationsbereiche	137
4.	Ablauf der Planung	137
a)	Situationsbestimmung	137
b)	Profilbeschreibung und Zielformulierung	138
c)	Zielgruppenanalyse	138
d)	Zielgruppenkongruenz	139
e)	Sponsoringstrategie	140
5.	Festlegung des Sponsoringetats (Sponsoringbudget)	142
6.	Organisation und Durchführung des Sponsorings	143
7.	Medienplanung	145
8.	Einbindung des Sponsorings in die Unternehmensorganisation	146
9.	Planungsprozesse aus der Sicht des Gesponserten	148
10.	Sponsoring-Wirkungsanalyse	149
VI.	Die einzelnen Bereiche des Sponsorings	153
1.	Sportsponsoring	153
a)	Argumente für und gegen das Sportsponsoring	153
b)	Objekte	154
c)	Wertigkeiten der Sportarten	155
d)	Ziele und Zielgruppen	156
e)	Vermarktungsmöglichkeiten	157
2.	Kultursponsoring	158
a)	Kultursponsoring im internationalen Vergleich	158
b)	Sponsoring und Kulturförderung	160
c)	Die Bereiche des Kultursponsorings in Deutschland nach der BDI Studie	161
d)	Das Kultursponsoring als Kommunikationsmittel	162
e)	Bereiche des kulturellen Engagements	168

aa)	Bildende Kunst	168
bb)	Musik	173
cc)	Bühnenkunst	175
dd)	Literatur	175
ee)	Architektur	175
ff)	Denkmalpflege	176
gg)	Förderung der Heimat- und Brauchtumspflege	176
	Sozial- und Umweltsponsoring	177
	Sendungssponsoring	177
E.	Steuerliche Behandlung des Sponsorings	
I.	Allgemeines	181
II.	Begriff des Sponsorings	181
III.	Ertragsteuerliche Behandlung von Sponsoringaufwendungen	182
1.	Berücksichtigung der Aufwendungen bei der Bilanzierung	182
2.	Berücksichtigung der Aufwendungen bei der Einnahme-Uberschußrechnung	185
3.	Berücksichtigung von in einem Wirtschaftsjahr anfallenden Aufwendungen des Sponsors	185
a)	Begriff der Betriebsausgabe	186
b)	Spenden versus Betriebsausgaben	188
c)	Voraussetzungen für die Anerkennung als Betriebsausgaben	191
aa)	Sportsponsoring	192
bb)	Kultursponsoring	192
d)	Betriebsausgabe oder Geschenk i. S. d. § 4 Abs, 5 Satz 1 Nr. 1 EStG	196
4.	Nichtabzugsfähige Kosten der privaten Lebensführung oder verdeckte Gewinnausschüttungen	196
5.	VIP-Maßnahmen	198
6.	Schema: Ertragsteuerliche Behandlung von Sponsoringaufwendungen beim Sponsor	199
IV.	Steuerliche Behandlung beim Gesponserten, bei steuerbegünstigten Empfängern	200
1.	Natürliche Personen als Gesponserte	200
a)	Einkünfte aus Vermögensverwaltung	201

b)	Einkünfte aus Gewerbebetrieb	202
c)	Einkünfte aus selbständiger Arbeit	205
d)	Einkünfte aus nichtselbständiger Arbeit	205
2.	Juristische Personen als Gesponserte	207
a)	Allgemeines	207
b)	Bereich der Vermögensverwaltung	208
c)	Bereich des wirtschaftlichen Geschäftsbetriebes	210
3.	Abziehbarkeit von Aufwendungen	213
4.	Schema: Besteuerung des Gesponserten	215
V.	Verpachtung von Werbe- und Marketingrechten	215
VI.	Umsatzsteuer	220
VII.	Schenkungsteuer	222
F.	Der Sponsoring Vertrag	
I.	Allgemeines	227
II.	Begriff des Sponsoringvertrages	227
1.	Form des Sponsoringvertrages	227
2.	Elemente des Sponsoringvertrages	228
3.	Gegenstand von Sponsoringverträgen	229
4.	Inhalt und Gestaltung eines Sponsoringvertrages	230
a)	Überlegungen vor Abschluß eines Sponsoringvertrages	230
b)	Inhalt des Sponsoringvertrages	230
aa)	Leistungen des Sponsors	230
bb)	Leistungen des Gesponserten	231
cc)	Konkurrenzklauseln	231
5.	Muster eines Sponsoringvertrages	231
a)	Vorbemerkungen	231
b)	Muster	233
G.	Sonstiges zum Sponsoring	
I.	Private Institutionen der Kulturförderung	241
1.	Der Kulturkreis der deutschen Wirtschaft	241
2.	Arbeitskreis Kultursponsoring	241

II.	Denkschriften, Empfehlungen und Hintergrundbeiträge von privaten Kulturinstitutionen zu Spenden und Sponsoring	244
1.	Manifeste und Positionen zur Kulturförderung aus dem Weißbuch des Aktionskreises Kunst	244
a)	Memorandum der Privatinitiative Kunst (PIK)	244
b)	Memorandum des deutschen Museumsbundes	244
c)	Darmstädter Manifest zur Lage der Kulturinstitutionen	246
d)	Düsseldorfer Erklärung	246
2.	Grünbuch des Aktionskreises Kultur im BDI	247
a)	Empfehlungen zur Verbesserung des Gemeinnützigkeits- und Spendenrechtes	248
b)	Rahmenbedingungen und Entwicklungsmöglichkeiten der privaten Kulturförderung	250
H.	Verwaltungsanweisungen	
I.	Gemeinnützigkeit	255
1.	BMF-Schreiben	255
2.	KSt Kartei NW § 5 KStG Karte H	255
II.	Spenden (EStG-Kartei NRW § 10 b)	258
III.	Sponsoring	259
I.	Rechtsprechungsübersicht	
I.	Gemeinnützigkeit	263
II.	Rechtsprechung zu Spenden	278
III.	Rechtsprechung zum Sponsoring	281
K.	Anlagen	
1.	Ertragsteuerliche Behandlung des Sponsorings, Erörterung mit den obersten Finanzbehörden in der Sitzung KSt/GewSt vom 9. bis 11. Februar 1998 - Top 1/16, BMF Schreiben vom 18. 2. 1998, BStBl.I 1998, S. 212	287

2. Hessisches Ministerium der Finanzen, Erlaß vom 28. 7. 1993, S 3806 A 7- II B 41, Schenkungsteuerliche Behandlung der Zuwendungen von Sponsoren (Auszug) 290
3. OFD Düsseldorf, Verfügung vom 7. 6. 1995, Betriebsausgabenabzug für Sponsoring-Aufwendungen und Anwendung des § 4 (5) Nr. 1 bis 7 EStG bei sog. VIP-Maßnahmen im Rahmen des Veranstaltungssponsorings 291
4. Anwendungserlaß zur Abgabenordnung 1977 (AEAO), BMF Schreiben vom 15. 7. 1998, BStBl. I 1998, S. 630 ff. 294
5. Sachzuwendungen zugunsten eines gemeinnützigen Sportvereins, Verfügung der OFD Düsseldorf vom 13. 1. 1984, S 2223A-St13H, KSt-Kartei NW, § 5 KStG Karte H 46 333
6. Höchstgrenzen für Mitgliedsbeiträge und Aufnahmegebühren bei Vereinen, deren Tätigkeit in erster Linie den Mitgliedern zugute kommt, BMF Schreiben vom 20. 10. 1998, BStBl. I 1998 S. 1424 337
7. Ausgleich von Verlusten des steuerpflichtigen wirtschaftlichen Geschäftsbetriebes, BMF Schreiben vom 19. 10. 1998, BStBl. I 1998 S. 1423 342
8. Gemeinnützigkeit-Vergabe von Darlehen, Ministerium der Finanzen NW, Erlaß vom 7. 2. 1995, § 5 KStG Karte H 75 345
9. Begriff der sportlichen und kulturellen Veranstaltungen, Ministerium der Finanzen NW, Erlaß vom 4. 8. 1995, S 0184-12-VB4, KSt-Kartei NW, § 5 KStG Karte H 76 349
10. Anerkennung sog. Aufwandsspenden an gemeinnützige Körperschaften, Ministerium der Finanzen Erlaß vom 22. 1. 1996, S 2223-1008-VB2/S 2223-1097-VB2, KSt Kartei NW, § 5 KStG Karte H 77 350
11. Zulassung des sog. Listenverfahrens bei Durchlaufspenden an gemeinnützige Körperschaften, Ministerium der Finanzen NW, Erlaß vom 3. 1. 1996 S 1292-6-VB 2, EStG Kartei NRW § 10 b EStG Nr. 8 352
12. Spendenbestätigungen bei Zuwendungen an unmittelbar spendenempfangsberechtigte steuerbegünstigte Körperschaften und bei Durchlaufspenden, Datum des Bescheids bzw. der Bescheinigung

	über die Steuerbegünstigung der Empfängerkörperschaft nach § 5 Abs. 1 Nr. 9 KStG EStG Kartei NRW, § 10 b EStG Nr. 11	354
13.	Begrenzung des Spendenabzugs an kirchliche Organisationen zur Förderung wissenschaftlicher, mildtätiger und als besonders förderungswürdig anerkannter kultureller Zwecke, EStG Kartei NRW, § 10 b EStG Nr. 12	357
14.	Mitgliedsbeiträge an Sportvereine, EStG Kartei NRW, § 10 b EStG Nr. 801	358
L.	Literatur und Quellenübersicht	359
I.	Gemeinnützigkeit	359
II.	Spenden	360
III.	Sponsoring	360
M.	Stichwortverzeichnis	367