



Sponsoring

Foto: © vsschlichting - fotolia.de

Steuerliche Aspekte des Sportsponsorings



*Dipl.-Betriebswirt (FH)
Wilke Schnitger
Wirtschaftsprüfer Steuerberater
Geschäftsf. Gesellschafter
der OBIC REVISION GMBH
sowie Partner der Sozietät
VOSS SCHNITGER
STEENKEN BÜNGER
& PARTNER In Oldenburg
wilke.schnitger@obic.de*

Beim Sponsoring durch Unternehmer ist die Gewährung von vertraglichen Gegenleistungen des Gesponsorten in der Regel Gegenstand der Vereinbarung. Hierin liegt der Unterschied zu einseitigen Unterstützungsleistungen, die ohne eine Gegenleistung zu erhalten (z. Bsp. Geschenke, Spenden), gewährt werden. Das Sponsoring muss dem Unternehmen des Sponsors dienen. Dem Sponsor werden z. B. Werberechte für seine Produkte eingeräumt oder Hinweise auf seinen Markennamen sollen ihm zugute kommen. Im Rahmen des Sportsponsorings ist es zudem üblich, dem Sponsor Eintrittskarten mit einer Zugangsberechtigung zum sogenannten VIP-Bereich zukommen zu lassen. In diesem soll die Kontaktpflege im Rahmen einer Bewirtung durch den Veranstalter ermöglicht werden. Der Sponsor möchte die Aufwendungen, die

ihm durch das Sponsoring entstehen, als Betriebsausgaben steuermindernd geltend machen. Ob dieses möglich ist, richtet sich nach der vereinbarten Leistung und der Nutzung durch den Unternehmer.

Reine Werbeleistungen wie Bandenwerbung, Annoncen, Plakate, Ausstellung der eigenen Produkte, Trikotwerbung etc. sind in diesem Zusammenhang in der Regel unproblematisch. Hier liegt ein offensichtlicher betrieblicher Zusammenhang vor.

Problematischer sind hingegen zur Verfügung gestellte Eintrittskarten. Hier erlangt der Nutzer nach deutscher Rechtslage auch einen privaten Vorteil. So muss ein GmbH-Geschäftsführer oder Angestellter die Kartennutzung als geldwerten Vorteil versteuern. Ein Einzelunternehmer wird hingegen eine Privatentnahme versteuern müssen.

Auch eingeladene Kunden müssen grundsätzlich die empfangenen Karten als Sachbezug versteuern. Hier besteht jedoch die Möglichkeit der pauschalierten Besteuerung durch den zuzuwendenden Unternehmer statt der Besteuerung durch den Empfänger.

Die Aufwendungen für die Karten sind grundsätzlich abziehbar, soweit ein betrieblicher Anlass besteht. Dieser sollte durch Listen betrieblicher Teilnehmer und eingeladener Kun-

den nachgewiesen werden. Bei an Geschäftskunden verschenkten Karten ist zu beachten, dass ein Betriebsausgabenabzug nur in Betracht kommt, wenn der Empfänger in einem Geschäftsjahr die Grenze für Geschenke von 35 € insgesamt nicht überschreitet. Andernfalls entfällt der Betriebsausgabenabzug.

Für die in Anspruch genommene Bewirtung bestehen die selben Grundsätze wie für ein Geschäftsessen. Die Aufwendungen müssen vereinfachend nicht versteuert werden. Die Aufwendungen sind in Höhe von 70 % abzugsfähig. Aber auch hierfür muß wie für die Karten die betriebliche Veranlassung durch Teilnehmerlisten nachgewiesen werden.

Oftmals werden die beschriebenen Leistungen im Rahmen von Sponsoringpaketen angeboten. Da die Identifizierung der einzelnen Leistungsteile in der Praxis schwierig ist, hat die Finanzverwaltung im Rahmen des sogenannten VIP-Stättenerlasses eine Typisierung entwickelt. Danach sind 40 % der Aufwendungen Werbeaufwand, 30 % Bewirtungsaufwand und 30 % Geschenke, ohne dass es eines Nachweises der tatsächlichen Aufwendungen bedarf. Natürlich steht es dem Sponsor frei, die tatsächliche Verteilung der Aufwendungen anzusetzen. Hierfür bedarf es aber eines Nachweises.

Einladung
zur Vortragsveranstaltung
am Mittwoch, den 02.04.2014

Teamführung zum Erfolg

Sebastian Machowski, Cheftrainer der EWE-Baskets

Steuerliche Aspekte des Sportsponsorings

Wilke Schnitger, Wirtschaftsprüfer und Steuerberater



VOSS SCHNITGER STEENKEN BÜNGER & PARTNER
STEUERBERATER • RECHTSANWALT • VEREIDIGTE BUCHPRÜFER • WIRTSCHAFTSPRÜFER

OBIC REVISION GMBH
WIRTSCHAFTSPRÜFUNGSGESELLSCHAFT



ANMELDUNG UND VERANSTALTUNG: 26129 OLDENBURG • AMMERLÄNDER HEERSTR. 231 • TEL: 0441-9716-2302 • WWW.OBIC-REVISION.DE/ANMELDUNG