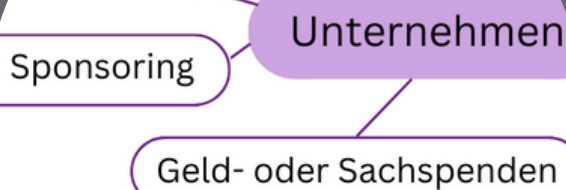
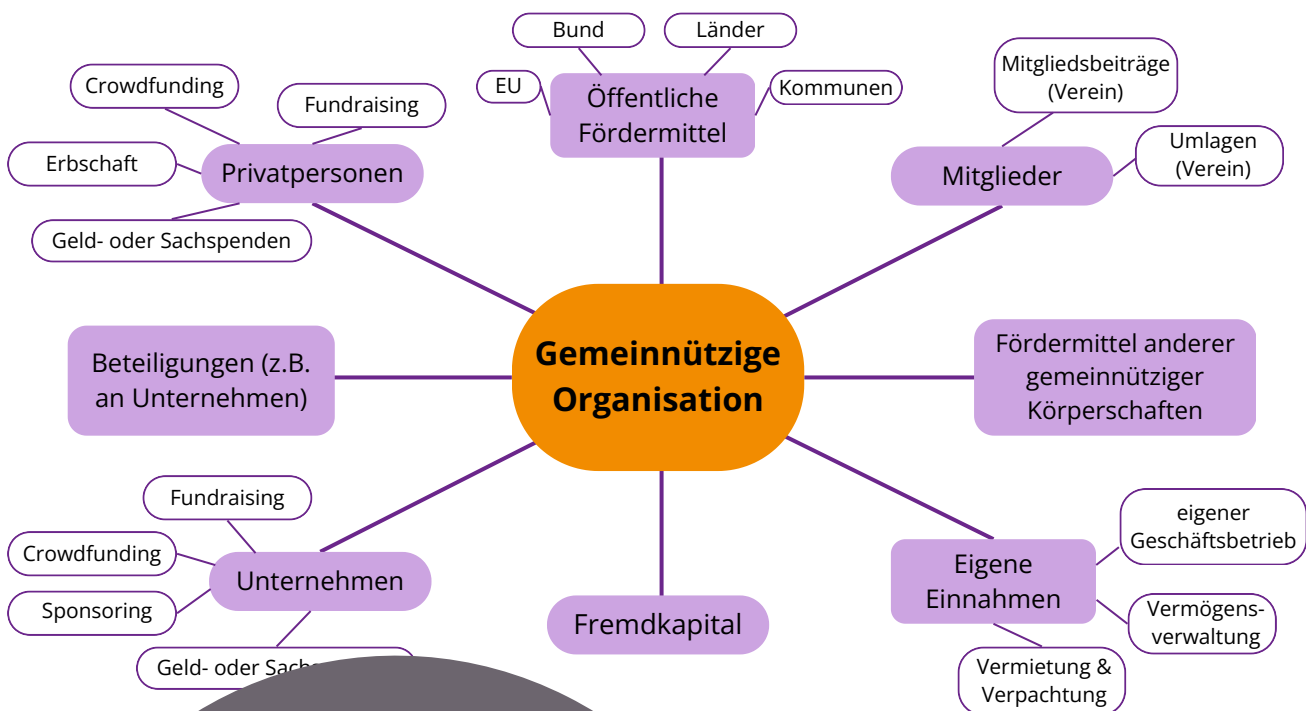


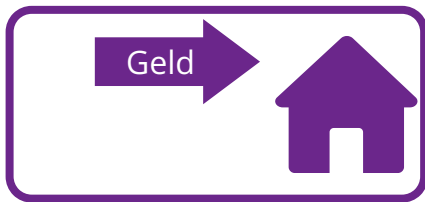
FINANZIERUNGSFORMEN IM VERGLEICH

Spenden und Sponsoring

Mögliche Einnahmequellen einer gemeinnützigen Organisation:



Spende



Was ist eine Spende?

- freiwillig und
- ohne Gegenleistung
- Zweckbindung zulässig

Wie wird sie behandelt?

- steuerfrei (ESt, KSt, GewSt)
- keine Umsatzsteuer
- Spendenbescheinigung

Was bedeutet sie für das Unternehmen?

- steuerlich: Spendenabzug begrenzt
- wirtschaftlich: geringe Werbewirkung

Sponsoring



Was ist Sponsoring?

- I.d.R. vertragliche Verpflichtung
- Zu gegenseitigen Leistungen (z.B. Bezahlung für Werbung)
 - ↳ Laut Definition der Finanzverwaltung werden mit dieser Geldleistung vom Unternehmen „auch eigene unternehmensbezogene Ziele der Werbung oder Öffentlichkeitsarbeit verfolgt“

Wie wird sie behandelt?

- Konkrete Werbungsleistung vereinbart
- Rechnung
- Steuerpflichtig
 - ↳ KStG, GewStG, USt (19%)
 - ↳ Wenn bloße Duldungsleistung: keine KSt und GewSt, aber USt (7 %)

Was bedeutet sie für das Unternehmen?

- steuerlich: als Betriebsausgabe abziehbar
- wirtschaftlich: werbewirksam

Die gemeinnützige Organisation darf im Rahmen eigener Werbung auf die Unterstützung des Sponsors hinweisen

Sog. passives Sponsoring

- Bloße Nennung, Danksagung, Benennung von Räumen oder Gegenständen, Hinweis auf die Spende auf Plakaten, Veranstaltungshinweisen, Ausstellungskatalogen oder in anderer Weise
- Verwendung des Namens, Emblems, Logos des Sponsors

ABER:

ohne besondere Hervorhebung = **Spende**

Sog. aktives Sponsoring im wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb

- Link zur Sponsorenwebseite
- hervorgehobene Nennung des Sponsors mit Logo
- Werbeslogan durch die Organisation
- Nutzung eines bereitgestellten Fahrzeuges mit Firmenlogo
- Hinweis auf bestimmte Produkte des Sponsors
- Auslegen von Flyern

Abgrenzung Spenden und Sponsoring

Beispiele für Werbung durch die gemeinnützige Körperschaft:

Beispiel 1

Die Jugendmannschaft eines gemeinnützigen Sport-vereins läuft in einheitlichen Trikots mit Firmen-werbung auf

➡ Wenn Werbewirkung unbedeutend, dann keine Sponsoringleistung
= **Spende**



Beispiel 2

Eine gemeinnützige Stiftung verweist auf ihrer Website auf die finanzielle Unterstützung durch ein Unternehmen und dankt diesem .



wenn der Hinweis in drucktechnisch nicht hervorgehobener Weise und ohne Verlinkung = **Spende**

Beispiel 3

Dem Unternehmen wird das Recht eingeräumt, in der Vereinszeitung einschlägige unternehmensbezogene Angebote darzustellen

➡ Durch die Organisation wird eine (Werbe-)Leistung erbracht
= **Sponsoring**



Sponsoring ist steuerpflichtig!

- Vorherige Klärung der Einordnung der Zahlungen erforderlich
- Zutreffende organisatorische Abwicklung erforderlich

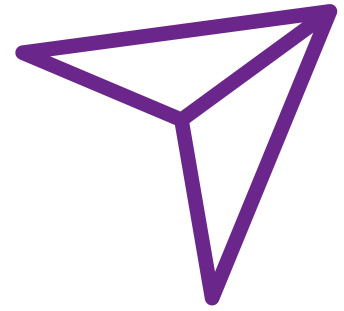
Sonst wird der Nettozufluss bei der gemeinnützigen Organisation geschmälert (Die Einordnung als Sponsoring beim Unternehmen ist regelmäßig nicht von Nachteil, sondern eher vorteilhaft)



Sponsoring im Rahmen von Social Media

Einsatz von Sozialen Medien (z.B. Facebook, Instagram, LinkedIn...), zum Beispiel für:

- die Kontaktherstellung mit potentiellen Spendern
- die Darstellung der gemeinnützigen Organisation
- Fundraising



Spende

- Spender darf auf Social Media Seite genannt werden, sofern keine besondere Hervorhebung
- Darstellen von durch Spende finanzierten Projekten und Anzahl der teilnehmenden Personen

Sponsoring

- Schalten von Werbung
- (Wohl) Verlinkung des Sponsors > Auch Link, der auf Social-Media-Profil des Sponsors führt; Verlinkung auf Social Media Profil der gemeinnützigen Organisation

