

Merkblatt Spende und Sponsoring

Anlage: Meldeformular Spende/Sponsoring

In Zeiten knapper staatlicher Mittel ist auch die Universität Augsburg darauf angewiesen, verstärkt Mittel von Privatpersonen und Firmen einzuwerben.

Um Ihnen eine Hilfestellung zu bieten, welche Möglichkeiten sich hier im Bereich der Spenden und des Sponsoring eröffnen, wird im Folgenden auf die beiden Begriffe, deren Abgrenzung, insbesondere in steuerrechtlicher Hinsicht, sowie auf die praktische Handhabung an der Universität Augsburg eingegangen.

I. Spende

Allgemein

Spenden sind Zuwendungen (Geld- oder Sachzuwendungen), die von einer Person oder einem Unternehmen freiwillig und unentgeltlich zur Förderung spendenbegünstigter Zwecke erbracht werden, ohne dass die Universität Augsburg zu einer Gegenleistung verpflichtet wird.

Diese Einnahmen sind steuerlich unbeachtlich, und zwar auch dann, wenn die Universität ohne besondere Hervorhebung lediglich auf die Leistung/Unterstützung des Geldgebers hinweist oder einen Dank ausspricht.

Eine Zweckbindung der Spende ist steuerlich unschädlich, solange es sich um einen steuerbegünstigten Zweck handelt.

Sachspenden

Bei Sachspenden muss neben der genauen Bezeichnung (Art, Alter, Zustand, historischer Kaufpreis) jeder einzelnen Sache auch der Wert im Sinne des §10b Abs. 3 Einkommenssteuergesetz hervorgehen.

- Grundsätzlich ist die Sachspende danach mit dem gemeinen Wert (Verkehrswert) zu bewerten. Dies ist der Preis, der im gewöhnlichen Geschäftsverkehr bei einer Veräußerung zu erzielen wäre (Verkaufspreis zzgl. Umsatzsteuer, z. B. bei Zuwendung von Chemikalien oder Laptops durch den Hersteller). Der Nachweis dieses Wertes ist durch eine Proforma-Rechnung des Zuwendenden zu erbringen.
- Wurde die Sachspende unmittelbar zuvor aus dem Betriebsvermögen des Zuwendenden entnommen, so darf eine Zuwendungsbestätigung höchstens in Höhe des Entnahmewerts (zzgl. Umsatzsteuer) erteilt werden (z. B. Fertigungsmaschine). Abweichend davon ist es auch zulässig, den Buchwert anzusetzen (so genanntes Buchwertprivileg). Den Entnahme- oder Buchwert, der sich in den meisten Fällen aus der Buchhaltung der Firma ergeben wird, hat der Zuwendende geeignet nachzuweisen und zu bestätigen.
- Handelt es sich um eine Sachspende aus dem Privatvermögen, so ist der aktuelle Wert zu ermitteln und der zentralen Universitätsverwaltung mitzuteilen (Gutachten, historischer Kaufpreis unter Berücksichtigung einer Absetzung für Abnutzung).

Bei allen Nachweisen zur Wertermittlung ist folgende Ergänzung vom Zuwendenden mit anzugeben:

a) bei Entnahmen aus dem Betriebsvermögen

“Die Sachzuwendung erfolgte aus dem Betriebsvermögen unserer Firma. Die Wertangabe entspricht in ihrer Höhe maximal dem steuerlichen Entnahmewert (§10b Abs. 3/§ 6 Abs. 1 EStG)“

b) keine Entnahme aus dem Betriebsvermögen

“Die Sachspende wurde keinem Betriebsvermögen entnommen. Die Wertangabe entspricht maximal dem gemeinen Wert. Das ist der Preis, der im gewöhnlichen Geschäftsverkehr bei einer Veräußerung zu erzielen wäre.“

Vor der Annahme von Sachspenden sind mögliche Folgekosten (z. B. Gerätereparaturen) zu kalkulieren und deren Finanzierung ggf. detailliert darzulegen.

Ausstellung von Zuwendungsbestätigungen („Spendenbescheinigungen“)

Bestätigungen über Zuwendungen, die im Rahmen des staatlichen Haushalts als Drittmittel verwaltet werden, dürfen mit Wirksamkeit für die Universität nur von der zentralen Universitätsverwaltung, Ref. III/4 (Hr. Litzl, Nebenstelle 5233), veranlasst werden. Für persönliche Spenden an einen Universitätsangehörigen werden von der Universität keine Spendenbescheinigungen ausgestellt.

Voraussetzung für die Ausstellung einer Zuwendungsbestätigung ist, dass es sich um eine Spende zur Förderung gemeinnütziger Zwecke handelt. Dies ist bei Spenden zur Förderung wissenschaftlicher Zwecke (Lehre und Forschung) gegeben.

Diese Mittel müssen auch zwingend ausschließlich und unmittelbar für die in der Bestätigung angegebenen steuerbegünstigten Zwecke verwendet werden. So darf eine Zuwendungsbestätigung nicht erteilt werden, wenn die Zuwendung für allgemeine Bewirtungskosten oder Repräsentationsausgaben erfolgt ist.

Um eine missbräuchliche Ausstellung von Zuwendungsbestätigungen zu verhindern, wird die Universität bei einem Verstoß gegen die o. g. Vorschriften zur Haftung für die entgangene Steuer herangezogen. Das Finanzamt kann in derartigen Fällen einen Betrag von 40 vom Hundert des Spendenbetrags gegenüber der Universität Augsburg festsetzen.

Bei Zuwendungen, die nicht zur Förderung steuerbegünstigter Zwecke bestimmt sind, können keine Zuwendungsbestätigungen ausgestellt werden.

II. Sponsoring

Allgemein

Unter Sponsoring im universitären Rahmen wird üblicherweise die Gewährung von Geld oder geldwerten Vorteilen (Dienstleistungen oder Nutzungsüberlassungen) durch Unternehmen zur Förderung der Universität in wissenschaftlichen Bereichen verstanden, mit der regelmäßig auch eigene unternehmensbezogene Ziele der Werbung oder Öffentlichkeitsarbeit verfolgt werden. Im Gegensatz zu Spenden liegt hier über die reine Danksagung hinausgehend eine Gegenleistung der Universität vor, die im Übrigen nicht unbedingt im gleichen Verhältnis zur Leistung stehen muss. Die steuerliche Konsequenz ergibt sich aus Art und Umfang der Gegenleistung.

Eine Zuwendungsbestätigung kann im Bereich des Sponsorings nicht ausgestellt werden.

Sponsoring im Bereich der Vermögensverwaltung

Sponsoringeinnahmen im Bereich der Vermögensverwaltung liegen vor, wenn die Universität nur die Nutzung ihres Namens zu Werbezwecken überlässt (Duldung), ohne selbst aktiv an der Werbemaßnahme mitzuwirken. Dies ist beispielsweise der Fall, wenn der Sponsor zur Imagepflege oder zu Werbezwecken auf seine Leistungen an die Universität hinweist, diese sich jedoch nicht an diesen Maßnahmen beteiligt.

Gleiches gilt, wenn die Universität auf Plakaten oder in Katalogen und Ähnlichem auf die Unterstützung durch einen Sponsor lediglich hinweist. Dieser Hinweis kann unter Verwendung des Namens, Logos oder Emblems des Sponsors, jedoch ohne eine besondere Hervorhebung, erfolgen.

Sponsoringeinnahmen im Bereich der Vermögensverwaltung sind für die Universität steuerlich unbeachtlich.

Gewerbliches Sponsoring

Gewerbliches Sponsoring liegt immer dann vor, wenn die Universität aktiv an den Werbemaßnahmen mitwirkt. Dies ist beispielsweise der Fall, wenn auf die Unterstützung durch den Sponsor nicht lediglich unter Verwendung seines Logos hingewiesen wird, sondern der Sponsor weitere Möglichkeiten hat, für seine Leistungen zu werben oder die Universität ihrerseits aktiv an den Werbemaßnahmen mitwirkt.

Fallbeispiele: Der Sponsor erhält die Möglichkeit, auf Plakaten, in Broschüren oder Katalogen sich und/oder seine verschiedenen Leistungsangebote darzustellen.

Dem Sponsor wird ermöglicht, bei einer Veranstaltung einen Messestand aufzubauen, um dort seine Leistungen zu präsentieren.

Gewerbliches Sponsoring begründet auf Seiten der Universität einen so genannten „Betrieb gewerblicher Art“ und ist voll umsatzsteuerpflichtig (derzeit 19 vom Hundert) und auch der ertragssteuerlichen Behandlung zu unterwerfen.

Die Abgrenzung zwischen Sponsoring im Bereich der Vermögensverwaltung und gewerblichem Sponsoring ist sehr schwierig, so ist z.B. ein Link zur Homepage des Sponsors bereits dem gewerblichen Sponsoring zuzurechnen. Die Zuordnung hängt immer vom konkreten Einzelfall ab und sollte daher vorab mit der zentralen Universitätsverwaltung abgeklärt werden.