

# **-Allgemeines Informationsblatt zur Umsatzsteuer-**

## **Umsatzsteuerliche Fragen der Kirchengemeinde zum Thema**

### **„Sponsoring“ ab 01.01.2023**

#### **Steuerliche Auswirkungen im Überblick**

Unter „Sponsoring“ wird die Bereitstellung von Geld durch Unternehmen zur Förderung von gemeinnützigen/mildtätigen/kirchlichen Körperschaften verstanden, womit das Unternehmen auch eigene unternehmensbezogene Ziele (z. B. Werbung, Imagepflege) verfolgt. Die Frage der Steuerpflicht für derartige Leistungen ist unabhängig voneinander auf der Ebene des Sponsors und des Empfängers zu prüfen. Für eine Kirchengemeinde als Empfänger der Sponsoringleistung sind dabei Art und Umfang der Gegenleistung maßgebend. Es ist demnach zu prüfen, ob und inwieweit aktiv an Werbemaßnahmen oder Ähnlichem mitgewirkt wird.

Sponsoringeinnahmen sind dann umsatzsteuerpflichtig, wenn die Kirchengemeinde eine aktive Gegenleistung erbringt und demgemäß ein steuerpflichtiger Leistungsaustausch vorliegt. Nicht zu erfassen sind hingegen Einnahmen aus Sponsoring ohne Gegenleistung oder lediglich als passive Duldungsleistung.

#### **a) Ohne Gegenleistung – nicht umsatzsteuerbar**

Erbringt eine Kirchengemeinde keinerlei Gegenleistung für eine Geld- oder Sachzuwendung, liegt keine Sponsoring- oder Werbeleistung, vielmehr eine nicht steuerbare Zuwendung vor. Es wird nicht über eine Anzeige oder Ähnliches auf das fördernde Unternehmen hingewiesen. Es darf demnach auch keine Rechnung über den zugewendeten Betrag, allenfalls eine Zuwendungsbestätigung/Spendenquittung ausgestellt werden.

#### **b) Duldungsleistungen, geringfügige Gegenleistung (passives Sponsoring) – nicht umsatzsteuerbar**

Bei derartigen Leistungen weist eine Kirchengemeinde beispielsweise auf Plakaten, in Veranstaltungsprogrammen oder Ähnlichem lediglich auf die Unterstützung durch den Sponsor hin. Ein solcher Hinweis kann durch Verwendung des Namens, Emblems oder Logos des Sponsors, jedoch ohne besondere Hervorhebung oder Nennung von Werbebotschaften im Rahmen einer „Danksagung“ erfolgen.

Die Einordnung eines Hinweises auf den Sponsor bezüglich der umsatzsteuerlichen Würdigung ist abhängig von verschiedenen Gestaltungsmerkmalen. Der Hinweis darf im Hinblick auf Größe, wiederholte Nennung oder Auffälligkeit beispielsweise das Plakat nicht beherrschen. Zulässig ist etwa auch die Verwendung des Logos des Sponsors auf der Homepage der Kirchengemeinde, wobei jedoch hierbei keine „Verlinkung“ auf den Internet-Auftritt des fördernden Unternehmens erfolgen darf.

Auch kann der Sponsor selbst auf ein Sponsoring hinweisen. Hierbei wird der Gesponserte nicht tätig, sondern duldet z.B. eine Logonutzung auf dem Briefkopf des Sponsors in einer nicht hervorgehobenen Form. In Werbeanzeigen usw. kann der Satz „Sponsor der Kirchengemeinde“, „Wir unterstützen die Kirchengemeinde“, gegebenenfalls auch mit einem entsprechenden Logo, abgedruckt werden. Es darf hierbei jedoch kein Hinweis auf Angebote oder konkrete Produkte des Sponsors erfolgen. Die Kirchengemeinde erbringt insoweit keine Leistung im Rahmen eines Leistungsaustausches. Die Einnahmen hieraus sind demnach nicht umsatzsteuerbar.

### c) **Aktive Gegenleistung und Mitwirkung der gesponserten Kirchengemeinde (aktives Sponsoring) – umsatzsteuerpflichtig**

Das sogenannte aktive Sponsoring liegt vor, wenn die Kirchengemeinde an den Werbemaßnahmen aktiv mitwirkt, z. B. durch Aufnahme einer Firmenanzeige oder Produktwerbung in Programmen, Vorhalten von Werbedrucken, Einräumung von Werbeflächen auf Fahrzeugen oder Ähnlichem. Die Leistung wird z. B. steuerrelevant, wenn der Sponsorenname auf einem Veranstaltungsplakat größer ist als der eigentliche Veranstaltungshinweis. Diese aktive Gegenleistung führt zu einer Steuerpflicht mit dem Regelumsatzsteuersatz von 19%.

#### **Beispiele für Sponsoringleistungen**

aktives Mitwirken (= steuerpflichtig)	passives Mitwirken (= nicht steuerbar)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Banden- &amp; Trikotwerbung</li> <li>• Werbeanzeigen z.B. in Pfarrbriefen, Schaukästen, auf Eintrittskarten</li> <li>• Vorhalten von Werbedrucken</li> <li>• Lautsprecherdurchsagen</li> <li>• Hinweise auf Plakaten, Veranstaltungshinweisen, Ausstellungskatalogen auf Unterstützung durch den Sponsor mit besonderer Hervorhebung</li> <li>• Link auf Homepage der Kirchengemeinde zur Homepage des Sponsors</li> <li>• Die Kirchengemeinde räumt dem Sponsor das Recht ein, Werbeanzeigen zu schalten oder bei Veranstaltungen der Kirchengemeinde für seine Produkte zu werben.</li> <li>• Bereitstellung von Werbeflächen an Gebäuden der Kirchengemeinde oder auf eigenen Fahrzeugen der Kirchengemeinde</li> <li>• Nachlass einer Druckerei der Pfarrzeitschrift gegen Werbeanzeige in der Pfarrzeitschrift</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Danksagung</li> <li>• Hinweise auf Plakaten, Veranstaltungshinweisen, Ausstellungskatalogen auf Unterstützung durch den Sponsor ohne besondere Hervorhebung; auch wenn unter Verwendung von Namen, Emblem oder Logo</li> <li>• Duldung der Logonutzung durch den Sponsor in einer nicht hervorgehobenen Form</li> </ul>

#### **Hinweis zu ertragsteuerlichen Auswirkungen**

Im Zusammenhang mit aktiven Sponsoringleistungen ist darauf zu achten, dass hierdurch ein ertragsteuerpflichtiger Betrieb gewerblicher Art begründet werden könnte. Dementsprechend sollten im Rahmen einer Einzelfallprüfung stets ebenfalls körperschaft- und gewerbsteuerliche Auswirkungen berücksichtigt werden.

Ein Betrieb gewerblicher Art wäre anzunehmen, soweit der Jahresumsatz aus derartigen aktiven Sponsoringleistungen EUR 35.000 übersteigt.

#### **Ergänzender Hinweis zum Allgemeinen Informationsblatt**

Dieses Informationsblatt gibt allgemeine Hinweise zur umsatzsteuerlichen Behandlung von Sponsoringleistungen, die ohne Berücksichtigung von Besonderheiten eines jeden Einzelfalls gegeben werden. Es wird ausdrücklich darauf aufmerksam gemacht, dass dieses Allgemeine Informationsblatt nicht die erforderliche steuerliche Prüfung eines jeden Einzelfalls ersetzt.