

ServiceCenter Haushalt

Gemeinsame Einrichtung der
Hochschule für Musik Hanns Eisler Berlin
Hochschule für Schauspielkunst Ernst Busch Berlin
Weißensee Kunsthochschule Berlin

Herausgeber:
Stellenzeichen: SC H-L
Bearbeiter: Herr Grüner

Infoblatt zum Thema: Geld- und Sachspenden sowie Sponsoring

Allgemeines

Definition: „Spenden sind Geld- und Sachzuwendungen, die von einer Person oder einem Unternehmen **freiwillig und unentgeltlich** zur Förderung spendenbegünstigter Zwecke geleistet werden, **ohne dass eine Gegenleistung** erfolgt.“

Spendenbegünstigte Zwecke sind im Falle der drei künstlerischen Hochschulen die Förderung von Lehre und Forschung.

Eine Zuwendungsbescheinigung erfolgt nach deutschem Steuerrecht und wird in deutscher Sprache verfasst und auf Antrag ausgestellt.

Geldspenden

Entsprechend der Durchführungsverordnung <http://dejure.org/gesetze/EStDV/50.html>¹ reicht für Spenden unter 300,00 Euro zur Vorlage beim Finanzamt der Beleg des ausführenden Kreditinstituts, weshalb eine Zuwendungsbescheinigung erst ab 300 Euro ausgestellt wird.

Bei Geldspenden von mehr als 300 Euro stellt der Geldeingang auf einem Spendenkonto noch keine Geldspende dar. Wie bei allen Zahlungseingängen muss bereits bei der Annahme der Rechtsgrund geklärt sein.²

Zur Klärung der Rechtsgrundlage wird eine schriftliche Erklärung des Spenders mit allen notwendigen Angaben benötigt.

Die Erklärung kann formlos per Email gegenüber der Hochschule bzw. dem ServiceCenter Haushalts abgegeben werden und muss enthalten

- Genaue Bezeichnung des Spenders einschließlich vollständiger Anschrift
- Höhe der Geldspende
- Spendengrund/Verwendungszweck
- Bezeichnung der Struktureinheit der Hochschule/Verantwortlicher Leiter (Name der Hochschule, Name des Fachgebiets/Abteilung)
- falls von Anschrift abweichend die Adresse an welche die Zuwendungsbescheinigung versandt werden soll

¹ §50 EStDV (2) 2a: Als Nachweis genügt der Bareinzahlungsbeleg oder die Buchungsbestätigung eines Kreditinstituts, wenn die Zuwendung 300 Euro nicht übersteigt und der Empfänger eine inländische juristische Person des öffentlichen Rechts oder eine inländische öffentliche Dienststelle ist.

² Nr. 1.1 AV §70 LHO: Anordnungen sind erforderlich, um Einzahlungen anzunehmen, Auszahlungen zu leisten oder Buchungen vorzunehmen. Die Anordnung ist das Ergebnis einer Abfolge von Entscheidungen, mit denen die Verantwortlichkeiten für die Richtigkeit der anzunehmenden Einzahlung, der zu leistenden Auszahlung oder der vorzunehmenden Buchung wahrgenommen und dokumentiert werden.

Der erwartete Geldeingang ist dem ServiceCenter Haushalt mit einem ausgefüllten Annahmearauftrag mitzuteilen.
Wir eine Vielzahl von kleinstspenden erwartet nehmen Sie vor Veröffentlichung des Spendenaufwurfes Kontakt mit dem ServiceCenter Haushalt auf.

Sachspenden

Zu den für Geldspenden üblichen Angaben (Genau Bezeichnung des Spenders und vollständiger Anschrift des Spenders, Tag der Spende) sind bei Sachspenden genaue Angaben über den zugewendeten Gegenstand (z.B. Alter, Zustand, Buchtitel, ISBN-Nummer) anzuführen. Außerdem muss nach Spenden aus Betriebs- bzw. aus Privatvermögen unterschieden werden, wobei der Wert der Spende bei Zuwendungen aus dem Betriebsvermögen mit dem Entnahmewert³ und bei Zuwendungen aus dem Privatvermögen mit dem gemeinen Wert⁴ angesetzt werden. Eine schriftliche Bestätigung des Spenders, ob die Zuwendung aus dem Betriebs- oder Privatvermögen stammt, muss vorliegen. Die Gegenstände müssen an der Hochschule inventarisiert werden. Die Wertermittlung erfolgt durch den/die Zuwendungsempfänger/-in.

Darüber hinaus muss der/die Zuwendungsempfänger/-in angeben, welche Unterlagen er zu Wertermittlung herangezogen hat, z.B. Auszug aus dem Anlagenvermögen, Rechnung, Gutachten über den aktuellen Wert.

Ein solches Gutachten kann von einem/r Mitarbeiter/in der Hochschule ausgestellt werden, der/die die dafür notwendigen Fachkenntnisse hat, z.B. Leiter der Bibliothek für Bücherspende, Leitung der Sammlung etc. Wichtig ist, dass die Person, die ein Gutachten erstellt, darüber informiert wird, dass sein/ihr Gutachten als Grundlage der Wertermittlung herangezogen wird, daher keine weitere Prüfung erfolgt und bei Nachfragen von den Finanzbehörden auf sein/ihr Gutachten verwiesen wird.

Verkürzte Geldspende

Ein Lieferant verzichtet ganz oder teilweise auf die Bezahlung einer Rechnung. Der Verzicht muss eindeutig auf der Rechnung vermerkt und der volle Kaufpreis (inkl. USt) ausgewiesen sein. Über den Betrag, der nicht beglichen werden muss, wird auf verlangen eine Zuwendungsbescheinigung ausgestellt.

Dies gilt nicht für Beschaffungen welche für einen Betrieb gewerblicher Art der Hochschule erfolgte sind.

Mittelverwendung

Mittel aus Zuwendungen müssen entsprechend den einschlägigen Regelungen (z.B. Landeshaushaltsordnung, Bundesreisekostengesetzes, Richtlinien der Hochschule) verwendet und zur Förderung von Lehre und Forschung eingesetzt werden.

³ Es handelt sich dabei um den fiktiven Betrag, den ein potentieller Käufer für das jeweilige Wirtschaftsgut bei einem Verkauf zahlen würde. Der Entnahmewert entspricht somit dem im allgemeinen Rechtsverkehr erzielbaren Preis zum Zeitpunkt der Entnahme.

⁴ Wird durch den Preis bestimmt, der im gewöhnlichen Geschäftsverkehr nach der Beschaffenheit des Wirtschaftsgutes bei einer Veräußerung zu erzielen wäre. Dabei sind alle Umstände, die den Preis beeinflussen, zu berücksichtigen.

Sponsoring

Mit Sponsoringaktivitäten verfolgen Unternehmen/Selbstständige regelmäßig eigene unternehmensbezogene Ziele der Werbung oder Öffentlichkeitsarbeit, indem Gelder oder geldwerte Vorteile durch sie zur Förderung von Personen, Gruppen und/oder Organisationen in sportlichen, kulturellen, kirchlichen, wissenschaftlichen, sozialen, ökologischen oder ähnlich bedeutsamen gesellschaftspolitischen Bereichen gewährleistet werden. Leistungen eines Sponsors beruhen häufig auf einer vertraglichen Vereinbarung zwischen dem Sponsor und dem Empfänger der Leistungen (Sponsoringvertrag), in der Art und Umfang der Leistungen des Sponsors und des Empfängers geregelt sind.

Eine Spendenbescheinigung kann im Bereich des Sponsorings nicht ausgestellt werden.

Zur Abrechnung der Sponsoringleistung wird von der Hochschule/dem ServiceCenter Haushalt eine Rechnung an den Sponsor ausgestellt.

Sponsoringeinnahmen sind der wirtschaftlichen Hochschultätigkeit zuzuordnen. Das Prinzip von Leistung und Gegenleistung grenzt Sponsoring von anderen Formen der Förderung, wie der Spende, ab. Die steuerrechtliche Konsequenz ergibt sich aus Art und Umfang der Gegenleistung.

Ferner wird in aktives und passives Sponsoring unterschieden.

Aktives (gewerbliches) **Sponsoring** liegt immer dann vor, wenn die Hochschule aktiv an den Werbemaßnahmen mitwirkt und damit eine Gegenleistung für den Sponsor erbringt. Dies ist bspw. 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. Damit ist aktives Sponsoring der Umsatz- und Ertragsbesteuerung zu unterwerfen.

Fallbeispiele:

- Der Sponsor erhält die Möglichkeit auf Plakaten, in Broschüren oder Katalogen (z. B. Tagungsband) sich und/oder seine verschiedenen Leistungsangebote darzustellen.
- Es erfolgt eine Verlinkung von der Homepage der Hochschule zur Homepage des Sponsors.
- Dem Sponsor wird ermöglicht, bei einer universitären Veranstaltung (z. B. wissenschaftliche Veranstaltung) einen Messestand aufzubauen, um dort seine Leistungen zu präsentieren (Standgebühr).

Aktives Sponsoring begründet auf Seiten der Hochschule einen „Betrieb gewerblicher Art“ (BgA) und ist mit dem Regelsteuersatz in Höhe von 19 v. H. voll umsatzsteuerpflichtig.

Darüber hinaus unterliegen die Gewinne im Rahmen des BgA „Sponsoring“ der Ertragsbesteuerung, d. h. die Hochschule ist zur Zahlung von Körperschaftsteuer und Kapitalertragsteuer zuzüglich Solidaritätszuschlag sowie der Gewerbesteuer verpflichtet. Vor diesem Hintergrund werden für alle Umsätze im BgA „Sponsoring“ vorsorglich Steuerrückstellungen für jede Nettoforderung gebildet. Die Steuerrückstellungen (40 % der Nettoforderung) sind für zukünftige Ertragssteuerzahlungen im BgA „Sponsoring“ vorgesehen und es werden hierfür erforderliche Projektmittel mit Hilfe von Festlegungen gebunden. Damit stehen den einzelnen Projekten im BgA „Sponsoring“ nicht 100 v. H. der Nettosponsoreneinnahmen zur Finanzierung von Aufwendungen zur Verfügung, was bei der Finanzplanung der einzelnen Projekte berücksichtigt werden muss.

Neben dem Geldsponsoring besteht die Möglichkeit eines **Sachsponsorings** (geldwerter Vorteil) durch den Sponsor (z. B. Überlassung von Waren, Dienstleistungen etc.), wobei

aber der positive Nutzen für die Hochschule im Vorfeld zu prüfen ist. Wichtig bei einem Sachsponsor ist, dass der Wert der Sachleistung ermittelt wird, um eine ordnungsgemäße umsatz- und ertragsteuerliche Abwicklung sicherzustellen. Außerdem ist zu beachten, dass genügend finanzielle Mittel im Projekt zur Verfügung stehen müssen, da zwischen Sponsor und Gesponsorten kein Geldfluss entsteht, allerdings die Steuerverbindlichkeiten das Projekt mit Aufwendungen belasten. In Bezug auf die vorher genannten Kriterien empfiehlt sich ein Sachsponsor nur in Ausnahmefällen !!

Aktives Sponsoring ist immer zu Vollkosten zu kalkulieren (inkl. Overhead und Risikozuschlag).

Sponsoringeinnahmen im Bereich der Vermögensverwaltung (**passives Sponsoring**) unterliegen nicht der Umsatz- und Ertragsbesteuerung. Merkmal hierfür ist, dass die Hochschule nicht aktiv an Werbezwecken für den Sponsor teilnimmt.

Fallbeispiele:

- Die Hochschule überlässt die Nutzung ihres Namens zu Werbezwecken (Duldung oder Höflichkeitsgesten). Dies ist bspw. der Fall, wenn der Sponsor zur Imagepflege oder zu Werbezwecken auf seine Leistungen an die Hochschule hinweist, diese sich jedoch nicht an den Werbemaßnahmen beteiligt.
- Gleiches gilt, wenn die Hochschule auf Plakaten, Broschüren und Ähnlichem auf die Unterstützung durch einen Sponsor lediglich hinweist. Dieser Hinweis kann unter Verwendung des Logos oder Emblems des Sponsors, jedoch ohne eine besondere Hervorhebung erfolgen.

Die Abgrenzung zwischen aktivem und passivem Sponsoring ist sehr schwierig, da die Zuordnung immer vom konkreten Einzelfall abhängig ist.