LANDESSPORTBUND
NORDRHEIN-WESTFALEN

ABC DES SPONSORINGS

Hier finden Sie die wichtigsten Begriffe von A-Z zum Thema Sponsoring im Sportverein.

Um direkt zu einem Begriff, Stichwort oder Fachbegriff zu gelangen, drücken Sie bitte gleichzeitig Strg und F. Es erscheint ein Suchfeld in Ihrem Browserfenster, in das Sie den Suchbegriff eintragen können.

Name des Begriffes: Betriebsausgabenabzug

Beschreibungen des Begriffes:

Leistungen, die ein Sponsor für einen Sportverein erbringt und für die er eine Gegenleistung erhält, können als Betriebsausgabe steuerlich in Abzug gebracht werden

Leistungen, die ein Sponsor für einen Sportverein erbringt und für die er eine Gegenleistung (z.B. Banden-/Trikotwerbung, Anzeige in der Vereinszeitung) erhält, können im Gegensatz zu einer Spende vom Sponsor als Betriebsausgabe steuerlich in Abzug gebracht werden.

Sponsoringleistungen müssen in einem konkreten wirtschaftlichen Zusammenhang mit dem Unternehmen stehen und Werbeffekte für den Sponsor oder dessen Produkte bewirken.

Es ist dabei nicht von Bedeutung, ob die Leistungen des Vereins für den Sponsor notwendig, üblich oder zweckmäßig sind. Es kommt auch nicht darauf an, ob Leistung und Gegenleistung gleichwertig sind. Stehen die Sponsoringleistung und der damit erzielte Werbeeffekt in einem krassen Missverhältnis zueinander, wird der Abzug als Betriebsausgabe allerdings versagt.

Im Rahmen eines Sponsoringvertrages vom Sponsor erbrachte Leistungen sind ein Entgelt für eine steuerpflichtige Leistung des begünstigten Sportvereins an den Sponsor. Die bedeutet, dass die steuerbegünstigte Körperschaft (der Sportverein) im Rahmen des steuerpflichtigen wirtschaftlichen Geschäftsbetriebs Werbeleistungen erbringt, die der allgemeinen Umsatzbesteuerung unterliegen (§ 12 I und II Nr. 8a Satz 2 UStG).

Zurück