

SPONSORING

Sportsponsoring: Arztpraxis darf Aufwendungen als Betriebsausgaben geltend machen

von Dr. iur. Stephan Peters, Warendorf

Die meisten niedergelassenen Physiotherapeuten ermitteln ihren Gewinn gemäß § 4 Abs. 3 Einkommensteuergesetz (EStG) durch Einnahmen-Überschuss-Rechnung. Auch für sie stellt sich die Frage, welche Aufwendungen sie steuerlich als Betriebsausgaben abziehen und damit ihren Gewinn mindern dürfen. Der Bundesfinanzhof (BFH) hat einer ärztlichen Gemeinschaftspraxis den Betriebsausgabenabzug für Aufwendungen erlaubt, die in Zusammenhang mit Sponsoring von Sportlern stehen, (BFH, Urteil vom 14.07.2020, Az. VIII R 28/17). Das Urteil ist auch für Physiopraxen relevant. |

Sachverhalt

Im betreffenden Fall klagte eine ärztliche Gemeinschaftspraxis gegen das Finanzamt. Die Praxis (GbR) hatte mit Sportlern Sponsoring-Vereinbarungen geschlossen. Danach verpflichteten sich die Sportler zum Tragen eines Logos. Dieses verwies auf zwei Internetadressen, über die man wiederum über einen Link zur Website der Gemeinschaftspraxis gelangte. Die Arztpraxis erhielt das Recht, mit den Erfolgen der Sportler zu werben. Daneben sollten die Sportler der Gemeinschaftspraxis weiteres Werbematerial (z. B. DVDs, Flyer und unterschriebene Autogrammkarten) kostenfrei überlassen. Im Streitjahr betragen die Sponsoringkosten rund 70.000 Euro, finanziert über ein Darlehen. Die Aufwendungen in den folgenden Jahren lagen unter diesem Betrag. Das Finanzamt verweigerte den Betriebsausgabenabzug, u. a. mit der Begründung, die Aufwendungen seien überhöht und aus Sportbegeisterung der Sponsoren rein privat veranlasst. Der BFH gab der Arztpraxis in zweiter Instanz Recht und erkannte die Sponsoringaufwendungen vollumfänglich an.

Entscheidungsgründe

Das Gericht begründete sein Urteil zunächst mit § 4 Abs. 4 EStG. Demnach seien bei der Ermittlung der Einkünfte Aufwendungen, die durch den Betrieb veranlasst sind, als Betriebsausgaben abzuziehen. Ob und inwieweit Aufwendungen durch den Betrieb veranlasst seien, hänge allein von den Gründen ab, aus denen der steuerpflichtige Unternehmer die Aufwendungen tätige. Nicht der Betriebsprüfer entscheide darüber, welche Aufwendungen der Unternehmer für seinen Betrieb tätigen sollte, sondern nur der Unternehmer selbst!

Für die Anerkennung als Betriebsausgaben sei es grundsätzlich ohne Bedeutung, welche Höhe die Aufwendungen haben bzw. ob diese aus Sicht des Betriebsprüfers notwendig, üblich und zweckmäßig seien. Daher können auch überhöhte, unübliche und aus Sicht des Betriebsprüfers unzweckmäßige oder erfolglose Aufwendungen Betriebsausgaben sein. Die Steigerung des unternehmerischen Ansehens reiche aber als Kriterium für die Einstufung als Betriebsausgabe aus.



BFH: Sponsoringkosten von rd. 70.000 Euro voll abzugsfähig

Auf die Gründe des Steuerpflichtigen kommt es an

Art. 12. GG schützt u. a. die berufliche Außendarstellung

Zu prüfende Kriterien

BFH sieht keine private Veranlassung des Sponsorings

Kein Nachteil durch Sponsoring mit beruflichem Zusammenhang

Die berufliche Außendarstellung sei auch bei Freiberuflern durch Art. 12 Abs. 1 Grundgesetz geschützt. Da die freiberufliche Tätigkeit in besonderer Weise durch die unmittelbare, persönliche und individuelle Arbeitsleistung des Berufsträgers geprägt ist, zielt Sponsoring von Freiberuflern darauf ab, eine Vertrauensbeziehung zum Empfänger der freiberuflichen Leistung zu schaffen.

Zu prüfen sei daher, ob die Sponsoringmaßnahmen

- geeignet und
- dazu bestimmt sind,
- das Image des Freiberuflers im angesprochenen Adressatenkreis zu fördern und
- hierdurch das Vertrauen in seine Person und
- seine freiberuflichen Leistungen zu stärken.

Darüber hinaus sei erforderlich, dass auf das Sponsoring, das Unternehmen bzw. die Dienstleistung des Freiberuflers öffentlichkeitswirksam hingewiesen werde. Die Sponsoringaufwendungen einer Gemeinschaftspraxis können auch geltend gemacht werden, wenn nur auf die Leistungen der einzelnen Berufsträger und nicht auf die Leistungen der Gemeinschaftspraxis hingewiesen werde.

Insbesondere folgte das Gericht der Argumentation, dass die Werbung darauf angelegt war, das Image einer im Sport tätigen Arztpraxis aufzubauen und das Vertrauen des angesprochenen Adressatenkreises in die sportmedizinische Qualifikation der einzelnen Ärzte zu stärken! Dass ein auf Sportmedizin spezialisierter Arzt selbst sportbegeistert ist, ist seinem Berufsbild immanent und steht der Annahme von Betriebsausgaben nicht entgegen. Die Sportbegeisterung der Ärzte kann insbesondere keinen privaten Veranlassungszusammenhang begründen! Vielmehr sollten im Bereich des Sports neue Patienten erschlossen und an die Praxis gebunden werden. Die Richter gingen auch nicht davon aus, dass eine private Mitveranlassung für die geltend gemachten Aufwendungen bestand, weshalb der Abzug auch nicht nach § 4 Abs. 5 S. 1 Nr. 7 EStG ausgeschlossen war.

FAZIT | Auch Physiotherapeuten, die sich im Sportsponsoring – gleich welchen Umfangs – betätigen, profitieren von dem BFH-Urteil. Das Urteil stellt klar, dass die allgemeinen Regelungen für die Abzugsfähigkeit von Sponsoringaufwendungen auch auf Freiberufler zu übertragen sind. Es kommt zunächst nicht darauf an, ob dem Betriebsprüfer die geltend gemachten Aufwendungen zu hoch oder privat veranlasst erscheinen, wenn die Aufwendungen auch in Zusammenhang zu der freiberuflichen Tätigkeit stehen! Hier haben die Richter dem Versuch, betrieblich veranlasste Aufwendungen in den privaten Bereich zu verschieben, eine klare Absage erteilt. Dem Freiberufler kann hinsichtlich der Abzugsfähigkeit von Sponsoringausgaben aus einer persönlichen Begeisterung für den Sport kein Nachteil entstehen, wenn der Bezug zwischen Sponsoringaktivität und seiner freiberuflichen Tätigkeit dargelegt werden kann.

ZUM AUTOR | Dieser Beitrag wurde vom Autor nicht in dienstlicher Eigenschaft verfasst, sondern gibt ausschließlich die persönliche Auffassung des Autors wieder.