

PRAXISFALL

Spenden: Wann schadet ein Hinweis des Spenders auf seine Zuwendungen dem Spendenabzug?

Unternehmen, die spenden, möchten ihre gute Tat gern öffentlich machen. Grundsätzlich gibt es hier beim Spendenabzug keine Bedenken, wenn keine ausdrückliche Gegenleistung vereinbart wurde. |

FRAGE: *Unser Verein hat sich an einer Ausschreibung einer Bank beteiligt. Für besonders interessante Konzepte im Bereiche der Jugendarbeit wurden dabei Geldpreise ausgelobt. Im Falle einer Gewinnzuwendung berichtet die Bank davon auf ihren Webseiten und über die Presse. Dazu sollten auch Fotos eingereicht werden. Nun haben wir den 2. Preis gewonnen, und die Bank möchte für die Zuwendung eine Spendenbescheinigung. Dürfen wir eine ausstellen, obwohl die Bank unseren Verein quasi für ihre Imagekampagne nutzt?*

ANTWORT: Dass der Spender die Zuwendung in seiner Öffentlichkeitsarbeit „ausschlachtet“, spricht noch nicht gegen den Spendenabzug. Entgeltlichkeit liegt erst vor, wenn der Verein aktive Gegenleistungen erbringt oder entsprechende vertragliche Vereinbarungen bestehen.

Gutes tun und darüber reden ist unschädlich

Dass der Spender seine Zuwendung öffentlichkeitswirksam für seine Unternehmenszwecke nutzt, ist für den Spendenabzug kein Problem. Zwar sind die Vorgaben für den Spendenabzug strenger als bei der Bewertung eventueller ertrag- und umsatzsteuerlicher Folgen. Spenden müssen nämlich nicht nur ohne Gegenleistung, sondern auch „fremdnützig“ erbracht werden. Auch Gegenleistungen ohne messbaren wirtschaftlichen Wert können deshalb den Spendenabzug ausschließen.

Es liegt hier aber keine schädliche nichtwirtschaftliche Gegenleistung vor. Zwar duldet der Verein, dass über die Spende berichtet wird. Diese Duldung stellt aber keine Gegenleistung dar, weil sie auch möglich wäre, wenn der Verein (Spendenempfänger) dem nicht zustimmt.

Erst Nutzungsüberlassung oder aktive Werbeleistungen sind schädlich

Dass die Bank über die Spende berichtet, hängt nicht vom Zutun des Vereins ab. Folglich liegt keine Gegenleistung vor. Der Verein bzw. seine Vertreter erbringen keine aktive Werbeleistung, indem sie sich an speziellen Werbeauftritten beteiligen. Ein Pressetermin zur Preisverleihung kann sicher noch nicht als solcher gewertet werden.

Dem Spender wird auch nicht ein Nutzungsrecht an Namen oder Logo des Vereins eingeräumt. Die Nennung des Vereins als Spendenempfänger ist keine solche Nutzungsüberlassung. Die übliche Praxis, dass der Spender/Sponsor auf seine erbrachte finanzielle Unterstützung gegenüber dem Verein auch selbst hinweist, bleibt also außerhalb der ertrag- und umsatzsteuerlichen Betrachtung und ohne Folgen für den Spendenabzug. Eine ausdrückliche Übertragung des Werberechts wäre dagegen steuerbar.

Bank verleiht
imagefördernde
Preise für
Jugendarbeit ...

... und redet
öffentlichkeits-
wirksam darüber

Wann ist die Grenze
zur Entgeltlichkeit
überschritten?