

## Steuerliche Tätigkeitsbereiche

### Dauerbrenner Trikotsponsoring

Die finanzielle Hilfe durch Sponsoren ist in vielen Vereinen eine wichtige Einnahmequelle. Die Unterstützungen können in Form von Geld oder Sachleistungen erbracht werden. Vielfach erfolgt die **Förderung im Zusammenhang mit Sportbekleidung**, aber auch mit Sportgeräten.

Erfahrungsgemäß ist die Unterstützung für Sportbekleidung ein Hauptanwendungsfall. Dabei ist zunächst grundsätzlich zwischen der Anschaffung von Sportbekleidung (im Folgenden Trikots genannt) mit und ohne Werbeaufdruck für den jeweiligen Sponsor zu unterscheiden.

### Trikots ohne Werbeaufdruck - steuerliche Behandlung

Bei der Anschaffung von Trikots ohne Werbung sind verschiedene Konstellationen denkbar:

1. Der Verein schafft die Trikots an und erhält vom Sponsor hierfür einen Geldbetrag. Da beim Tragen der Bekleidung **keine Werbeleistung** erbracht wird, kann der Verein dem Sponsor eine Geldzuwendungsbestätigung ausstellen. Dies gilt dann, wenn die Mannschaften dem ideellen Bereich oder Zweckbetrieb Sportliche Veranstaltung zugeordnet werden.

Handelt es sich dagegen um den Sonderfall einer Mannschaft im sogenannten wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb „Sport“ (vgl. hierzu den Artikel [„Der wirtschaftliche Geschäftsbetrieb Sport“](#)), kann über den Betrag keine Spendenbescheinigung ausgestellt werden.

2. Schafft der Sponsor die Trikots an und wendet sie dem Verein zu, damit ausschließlich Mannschaften im ideellen Bereich oder im Zweckbetrieb diese tragen, dann handelt es sich um eine **Sachzuwendung**. Der Verein kann eine Spendenbescheinigung ausstellen. Hierbei sind aber die Besonderheiten bei der Wertbestimmung zu beachten, insbesondere wenn die Sache von einem Unternehmer zugewendet wird (vgl. hierzu den Artikel: [„Vorsicht bei der Sachspende vom Unternehmer“](#)).

In diesen Fällen kann der Verein durch einen dezenten Hinweis oder durch Verwendung des Logos auf die Unterstützung des Sponsors aufmerksam machen.

## Trikots mit Werbeaufdruck - steuerliche Behandlung

Enthält die Sportbekleidung einen Werbeaufdruck, erbringt der Verein grundsätzlich eine **Werbeleistung**. Auch hierbei ist zwischen der Anschaffung durch den Verein und durch den Unternehmer selbst zu unterscheiden. Im Amateurbereich erbringen die Vereine durch die Verwendung der Logos der Bekleidungshersteller allerdings keine eigene Werbeleistung diesem gegenüber.

**Fall 1:** Erwirbt der Verein die Trikots und lässt diese beflocken, sind die Ausgaben hierfür nach den allgemeinen Grundsätzen den steuerlichen Tätigkeitsbereichen zuzuordnen. Werden die Trikots von Jugendlichen oder Sportlern getragen, die keine Einnahmen für den Verein erzielen, werden die Kosten im ideellen Bereich gebucht. Werden Eintrittsgelder erhoben, handelt es sich um Kosten im Zweckbetrieb.

Im Gegenzug hat der Verein dem Sponsor die **Werbeleistung in Rechnung zu stellen**. Bei dem Rechnungsbetrag handelt es sich regelmäßig um eine Einnahme im wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb. Ist der Verein umsatzsteuerpflichtig, ist die **Umsatzsteuer** hinzuzusetzen. Den Vereinen wird empfohlen, eine schriftliche Vereinbarung mit dem Sponsor abzuschließen, aus der sich auch die Höhe der Gegenleistung des Sponsors ergeben sollte.

**Beispiel:** Das Autohaus Protz will den umsatzsteuerpflichtigen TuS Beispiel e.V. mit 10.000 Euro unterstützen. Im Gegenzug soll auf allen Trikots der 1. Mannschaft, der „Senioren“ und der A- bis C-Jugend der Schriftzug des Unternehmers aufgebracht werden.

Der Verein hat dem Sponsor die Werbeleistung mit 10.000 Euro zzgl. 19 % Umsatzsteuer in Rechnung zu stellen und die Einnahme im wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb zu verbuchen (z.B. Kontonummer 8012). Die Ausgaben für die Anschaffung der Trikotsätze von jeweils 1.000 Euro zzgl. Umsatzsteuer werden für die Jugendmannschaften und die „Senioren“ im Ausgabenbereich ideeller Bereich (ohne Vorsteuerabzug) gebucht. Die Kosten für die Anschaffung der Trikots für die 1. Mannschaft werden im Zweckbetrieb Sportliche Veranstaltungen (evtl. mit Vorsteuerabzug, wenn der Verein umsatzsteuerpflichtig ist) erfasst.

**Fall 2:** Erwirbt der Unternehmer die Trikots, lässt diese mit seinem Schriftzug beflocken und übergibt sie dem Verein, erbringt der Verein ebenfalls grundsätzlich eine **Werbeleistung**, wenn er die Trikots einsetzt. Für den Trikotsatz darf keine Spendenbescheinigung ausgestellt werden, da die Nutzung mit der Werbung einen wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb darstellt. Auch für den Fall, dass der Unternehmer die Bekleidung dem Verein nur zur unentgeltlichen Nutzung überlässt, aber Eigentümer der Bekleidung bleibt, erbringt der Verein ebenfalls eine Werbeleistung, die im wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb auszuzeichnen ist.

Der Verein hat die Werbeleistung in der Buchhaltung zu erfassen. Der Zugang des Trikotsatzes ist als Ausgabe in dem Bereich zu buchen, in dem er verwendet wird. Trägt die 1. Mannschaft die Trikots, erfolgt die Zuordnung im Zweckbetrieb. Der Wert des Trikotsatzes ist zudem als Einnahme im wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb zu erfassen. Zum Beispiel kann der Buchungssatz dann „Kontonummer 5605 Vereinskleidung an 8012“ lauten. Der Wert der Werbeleistung ist zu schätzen. Im Zweifel ist davon auszugehen, dass der Wert der Sportkleidung dem Wert der Werbeleistung entspricht.

## **Sonderfall: Finanzgericht Köln, Urteil vom 17.02.2006 (Az: 11-K 827/03)**

Das Finanzgericht hatte einen Sachverhalt zu entscheiden, bei dem eine Jugendmannschaft eines umsatzsteuerpflichtigen Vereins Trikots mit Werbung für einen überregional tätigen Unternehmer trug. Das Finanzamt verlangte von dem Verein die auf die Werbeleistung entfallende Umsatzsteuer. Der Verein wendete ein, dass es keine Verpflichtung zwischen Verein und Unternehmer gebe, welche die Mannschaft verpflichte, die Trikots zu tragen.

Nach Ansicht der Finanzrichter sollte es in diesem Fall aber darauf nicht ankommen, da es bereits an einer Werbewirksamkeit fehlte. Entscheidend war, dass die Mannschaft nicht vor Publikum auftrat, sondern lediglich vor den Angehörigen der Spieler und den betreuenden Vereinsmitgliedern und darüber hinaus auch in den Medien keine Bilder von den Spielen veröffentlicht wurden.

Allerdings ließen die Richter durchblicken, dass dies durchaus anders zu bewerten sei, wenn es sich bei dem Sponsor um einen ortsansässigen Einzelunternehmer handelt, für den die Sportler und die Zuschauer eventuell potentielle Kunden sein können, wie zum Beispiel ein Sportartikelgeschäft.

(Quelle: Finanzgericht Köln, Urteil vom 17.02.2006, Az: 11-K 827/03)