

Mandanteninformation für Vereine

1. Sponsoring gegen Werbeleistungen: Keine gewerbesteuerrechtliche Hinzurechnung

Sind bei einem Sponsoringvertrag die einzelnen Leistungspflichten derart miteinander verknüpft, dass sie sich rechtlich und wirtschaftlich nicht trennen lassen, scheidet auch eine nur teilweise Zuordnung der Pflichten zum Typus eines Miet- oder Pachtvertrags aus.

Hintergrund

Die X-GmbH betreibt einen Großhandel. Sie ist Hauptsponsor für eine Sportmannschaft der A-GmbH. Auf der Grundlage einer Sponsoringvereinbarung ruft die A, die die Vermarktungsrechte im Rahmen der Heimspiele hält, bei X jährlich festgelegte Beträge ab, die die X als Betriebsausgaben verbucht.

Das Finanzamt war der Auffassung, von dem Gesamtentgelt sei ein geschätzter Anteil von 40 % dem Gewinn hinzuzurechnen, und zwar für Bandenwerbung (einschließlich Werbung auf LED-Präsentationsleinwänden und Bodenflächen) sowie Überlassung von Trikots zur Beflockung. Die Aufwendungen für Bildmaterial, insbesondere die Überlassung des Vereinslogos zu Werbezwecken, falle unter die Hinzurechnung aufgrund von zeitlich befristeter Überlassung von Rechten.

Die dagegen gerichtete Klage der X wurde vom FG als unbegründet abgewiesen. Das Sponsorentgelt sei auf die Einzelmaßnahmen aufteilbar und entsprechend hinzuzurechnen.

Entscheidung

Der BFH teilt nicht die Auffassung des FG. Er hob das FG-Urteil auf und gab der Klage statt. Die Aufwendungen für die Banden- und Trikotwerbung sowie für die Überlassung des Vereinslogos sind nicht trennbar und deshalb nicht hinzuzurechnen.

Der Nutzungsvertrag muss nach seinem wesentlichen rechtlichen Gehalt ein Miet- oder Pachtverhältnis im Sinne des BGB sein. Enthält ein Vertrag jedoch über unwesentliche Nebenleistungen hinausgehende wesentliche miet- oder pachtfremde Elemente, ist zu prüfen, ob der Vertrag in seine Hauptpflichten zerlegt und teilweise als Miet-/Pachtvertrag angesehen werden kann. Eine Zerlegung ist möglich, wenn die Hauptpflichten verschiedener Vertragstypen nebeneinanderstehen und damit rechtlich trennbare Leistungskomponenten vorliegen.

Eine Trennbarkeit scheidet aus, wenn der Vertrag wesentliche miet- oder pachtfremde Elemente enthält, die ihn einem anderen Vertragstyp zuordnen oder zu einer Einordnung als Vertrag eigener Art führen. Das ist insbesondere der Fall, wenn die verschiedenen Leistungspflichten so miteinander verschmolzen sind, dass ein Vertragsgebilde ganz eigener Art entsteht, welches nicht mehr nur als ein Nebeneinander von Leistungen verschiedener Vertragstypen charakterisiert werden kann. Dann ist auch eine nur teilweise Hinzurechnung der Elemente von Miete und Pacht ausgeschlossen.

Ein Sponsoringvertrag ist dadurch gekennzeichnet, dass einerseits der Sponsor dem Gesponserten zur Förderung von dessen Aktivitäten (Sport usw.) Mittel oder Dienstleistungen zur Verfügung stellt und andererseits der Gesponserte als Gegenleistung mit seinen geförderten Aktivitäten die kommunikativen Ziele des Sponsors zu unterstützt. Der Sponsoringvertrag enthält damit verschiedene Elemente der gesetzlichen Vertragstypen (Miete, Pacht, Dienstleistung, Werkvertrag, Geschäftsbesorgung), die dem Vertrag insgesamt einen eigenständigen Charakter verleihen. Beide Teilleistungen - Entfaltung einer Aktivität und Überlassung von Rechten oder Gegenständen - dienen den kommunikativen Zielen des Sponsors, der als Gegenleistung einen bestimmten Geldbetrag zahlt.

Hiervon ausgehend liegt im Streitfall ein Vertrag eigener Art mit nicht trennbaren Leistungspflichten vor. Die von der X gezahlte Pauschalvergütung stand im Zusammenhang mit von der A erbrachten miet- und pachtfremden Leistungen (Werbung, Firmenlogo, Netzwerk, Wirtschafts-Club, Public Relations-Aktionen usw.). Bei diesen Vertragsbestandteilen stellte die A der X nicht nur Gegenstände (Bande, Trikots) oder Rechte (Vereinslogo) zur Verfügung. Vielmehr übernahm sie zudem erfolgs- oder tätigkeitsbezogene Leistungspflichten (Durchführung von Sportveranstaltungen), die auf die aktive Herbeiführung einer Werbewirkung zugunsten der X gerichtet waren. Die Banden- und Trikotwerbung enthält zwar ein mietmietvertragliches Element. Entscheidend für den Sponsor ist jedoch die sportliche Darbietung, bei der die Werbung sichtbar wird. Die A als "Gesponserte" ist verpflichtet, die Werbung während der Sportveranstaltung zu präsentieren. Damit stellt sich das Sponsoring-Vertragsverhältnis

im Streitfall als ein einheitliches und unteilbares Ganzes dar, das die Hinzurechnung einzelner Miet- bzw. Pachtelemente ausschließt. Dementsprechend scheidet auch eine Hinzurechnung für die Überlassung des Vereinslogos aus.