Es klingt im ersten Moment nach einer Win-win-Situation: Ein regionales Unternehmen unterstützt den Sport- oder Kulturverein im Ort mit einer stattlichen Summe, druckt im Gegenzug das Vereinslogo auf die Firmen-Homepage und wirbt damit, ein treuer Förderer des Ehrenamts zu sein. Doch Vorsicht!

Was gut gemeint ist und Kasse sowie Image aufbessert, kann für den Verein steuerlich und rechtlich schnell zum Minenfeld werden. Das Vereins- und Stiftungszentrum e.V. warnt davor, die feine Trennlinie zwischen steuerbegünstigter Spende und steuerpflichtigem Sponsoring zu verwischen. Denn wer sich hier steuerlich vergreift, riskiert im schlimmsten Fall die Gemeinnützigkeit.

Spende versus Sponsoring

Um zu verstehen, wo die juristischen Stolpersteine liegen, muss man das Steuerrecht (die Abgabenordnung, AO) zu Rate ziehen. Die Unterschiede könnten kaum gravierender sein:

- **Die Spende:** Eine Spende ist eine freiwillige Zuwendung ohne Gegenleistung. Das Unternehmen gibt dem Verein Geld, weil es dessen gemeinnützigen Zweck unterstützen will. Als Dankeschön stellt der Verein eine Spendenbescheinigung (Zuwendungsbestätigung) aus. Der Clou: Der Verein bleibt im Hintergrund. Das Unternehmen darf die Spende zwar steuerlich geltend machen, aber es darf *keine* nennenswerte Gegenleistung dafür erwarten. Ein kleiner Dank im Jahresbericht oder ein dezenter Namenszug auf einer unauffälligen Dankestafel sind erlaubt – mehr nicht.
- **Das Sponsoring:** Hier handelt es sich um ein Geschäft auf Gegenseitigkeit (Leistung und Gegenleistung). Das Unternehmen zahlt Geld, erwartet dafür aber auch eine (werbliche) Gegenleistung: Das Firmenlogo prangt auf den Trikots, Bandenwerbung wird geschaltet oder der Verein wirbt aktiv auf seiner Website für das Unternehmen. Steuerlich ist das kein steuerfreier Bereich, sondern gehört in den *wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb* des Vereins. Hier greifen die normale Körperschaft- und Gewerbesteuer (sowie unter Umständen die Umsatzsteuer), es sei denn, es handelt sich um bloße passive Öffentlichkeitsarbeit (Sponsoring als Einnahmequelle im Zweckbetrieb, wenn es satzungsgemäß dezent bleibt).

Copyright © SuedKultur - Tiefgang | www.tiefgang.net/ | 1

[redacted]

Aber Serverkosten und andere „Kleinigkeiten“ kosten auch so rund 500 Euro im Jahr. Bisher fehlen gut 350!

[redacted]

Konto Kulturspinnerei, GLS Bank, IBAN: DE42 4306 0967 1117 3871 00, Betreff: „Tiefgang“

Wenn das Unternehmen mit dem Vereinsnamen wirbt

Heikel kann es auch werden, wenn Firmen den guten Ruf, den Namen oder das Logo des Vereins ungefragt oder in einem falschen Rahmen für ihre eigene kommerzielle Werbung nutzen.

1. **Die Namens- und Markenrechte:** Der Vereinsname und das Logo sind rechtlich geschützt. Ein Unternehmen darf sie nicht einfach für Marketingzwecke einspannen, nur weil es mal eine kleine Spende überwiesen hat.
2. **Die Spendenbescheinigung als Steuerfalle:** Wenn ein Unternehmen eine stattliche Summe zahlt, dafür aber auf der Firmen-Homepage groß mit dem Vereinslogo wirbt (*„Wir unterstützen den Verein XY!“*), liegt rechtlich oft gar keine Spende mehr vor, sondern eine Sponsoring-Leistung. Stellt der Verein in diesem Fall eine Spendenbescheinigung aus, bewegt sich der Vorstand im Bereich der unrichtigen Ausstellung von Bestätigungen – mit potenziell strafrechtlichen Konsequenzen für die Verantwortlichen und dem drohenden Entzug der Gemeinnützigkeit.

Damit die Partnerschaft mit der lokalen Wirtschaft nicht im Steuerdschungel oder beim Anwalt endet, sollten Vereine daher klare Regeln aufstellen:

- **Sponsoring-Vertrag statt Handschlag:** Wenn das Unternehmen Werbung machen will (Logo auf der Website, Banner am Sportplatz, Erwähnung in Social Media), muss dies vertraglich als Sponsoring vereinbart werden. Der Verein stellt dann keine Spendenbescheinigung aus, sondern schreibt eine reguläre Rechnung (inklusive Umsatzsteuer sofern die Freigrenzen überschritten

werden).

- **Klare Kommunikation:** Unternehmen müssen verstehen, dass eine Spende keine Werbeplattform ist. Wer Logo-Präsenz will, betreibt Sponsoring und kauft eine Werbeleistung ein.
- **Rechnung prüfen lassen:** Bei unklaren Kooperationen lohnt sich der Blick in den Steuerleitfaden oder die Rücksprache mit dem Finanzamt oder steuerlichen Berater*innen, um den schmalen Grat zwischen Zweckbetrieb und wirtschaftlichem Geschäftsbetrieb nicht zu verlassen.

Bleibt festzuhalten: Geld vom Unternehmen ist für Vereine gut und überlebenswichtig – egal ob als Spende oder Sponsoring. Doch wer die beiden Begriffe vermischt und dem Sponsor fälschlicherweise eine Spendenbescheinigung ausstellt, während draußen das Firmenlogo auf der Bandenwerbung leuchtet, riskiert den Ärger mit dem Finanzamt. Klarheit in der Sache und den Verträgen schützt den Verein vor bösen Überraschungen.

Related Post

Falsche Umsatzsteuer im Verein?

Die Abberufung des Vereinsvorstands

Der Verein und das Register

„Zeitnahe Mittelverwendung“ bleibt