

Richtlinie
zum Umgang mit Sponsoring, Spenden, Werbung und mäzenatischen Schenkungen
bei der Stadt Nürnberg
(Sponsoringrichtlinie - SponsR)

Inhaltsverzeichnis

1. Anwendungsbereich
2. Begriffsbestimmungen
3. Grundsätze
4. Zulässigkeit
5. Verfahren und Zuständigkeiten
6. Gestaltung von Sponsoringmaßnahmen, Nennung von Spendern und Mäzenen
7. Sponsoring- und Spendenbericht
8. Inkrafttreten

1. Anwendungsbereich

- 1.1 Diese Richtlinie gilt, unabhängig vom Wert der Leistung, für Sponsoringleistungen an die Stadt Nürnberg, einschließlich der Schulen (unter städtischer Sachaufwandsträgerschaft, vgl. Art. 14 Bayerisches Schulfinanzierungsgesetz - BaySchFG), Eigenbetriebe und besonderen Einrichtungen (vgl. Nr. 2.3.4 der Allgemeinen Dienstordnung der Stadt Nürnberg - ADON), im Folgenden als "Stadtverwaltung" bezeichnet; sie ist eine besondere Geschäftsanweisung im Sinne der Nr. 1.6 i. V. m. Nr. 1.3 ADON.
- 1.2 Die Regelungen gelten sinngemäß auch für Spenden, Werbung (vgl. hierzu auch Nr. 5.3 ADON) und mäzenatische Schenkungen.
- 1.3 Zum Verbot der Annahme von Belohnungen und Geschenken, die Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in Bezug auf ihre dienstliche Tätigkeit für sich oder Dritte gewährt werden, wird auf die einschlägigen gesetzlichen, tariflichen und städtischen Regelungen verwiesen.

2. Begriffsbestimmungen

- 2.1 Sponsoring ist die Zuwendung von Geld bzw. geldwerten Sach- oder Dienstleistungen durch eine juristische oder natürliche Person mit wirtschaftlichen Interessen, die neben dem Motiv zur Förderung der öffentlichen Einrichtung auch andere Interessen verfolgt. Der zuwendenden Person kommt es auf ihre Profilierung in der Öffentlichkeit an. Dies wird durch den Imagegewinn und den kommunikativen Nutzen erreicht, die mit der Unterstützung des Vorhabens verbunden sind.

- 2.2 Spenden sind Zuwendungen, beispielsweise von Privatpersonen oder Unternehmen, bei denen das Motiv der Förderung der jeweiligen Behörde oder Einrichtung überwiegt. Der Spender bekommt keine Gegenleistung.

Zweckgebundene Spenden (vgl. auch Nr. 5.6 Abs. 2) liegen vor, wenn der Spender die gewährten Mittel nur unter der Bedingung zur Verfügung stellt, dass sie für einen von ihm gewählten konkreten Zweck eingesetzt werden. Der Zweck muss folglich von externer Seite, dem Spender, festgelegt werden (Außenverpflichtung). Eine "interne Zweckbindung" (Entscheidung der Dienststelle, Spenden für eine definierte Maßnahme zu verwenden) ist nicht ausreichend. Ein konkreter Zweck, welcher für die Zweckbindung einer Spende notwendig ist, liegt nur dann vor, wenn nicht nur die begünstigte Dienststelle/Abteilung festgelegt wurde, sondern auch eine konkrete Maßnahme benannt wird (z. B. die Beschaffung eines bestimmten Gegenstandes, die Förderung eines bestimmten Projektes). Das heißt, dass Vorgaben des Spenders, wie etwa "Für die Beschaffung des Spiels X im Kindergarten Y" oder "Für die Förderung des Projektes Z" unter den Begriff der Zweckbindung fallen, nicht jedoch Vorgaben, wie z. B. "Für die Abteilung X der Dienststelle Y".

- 2.3 Unter Werbung sind Zuwendungen von Unternehmen oder unternehmerisch orientierten Privatpersonen für die Verbreitung ihrer Werbebotschaften durch die Stadtverwaltung zu verstehen, wenn diese ausschließlich dem Erreichen eigener Kommunikationsziele (Imagegewinn, Verkaufsförderung, Produktinformation) der Unternehmen oder der Privatpersonen dienen. Die Förderung der jeweiligen öffentlichen Einrichtung ist nur Mittel zum Zweck und liegt nicht im unmittelbaren Interesse des Zuwenders.
- 2.4 Mäzenatische Schenkungen sind Zuwendungen durch Privatpersonen, Unternehmen oder Stiftungen, die ausschließlich uneigennützige Ziele verfolgen und denen es nur um die Förderung des jeweiligen öffentlichen Zwecks geht.

3. Grundsätze

- 3.1 Öffentliche Aufgaben sind durch den öffentlichen Haushalt zu finanzieren. Es darf jedoch nicht ausgeschlossen sein, dass sich Private, unter bestimmten Voraussetzungen, an der Erfüllung öffentlicher Aufgaben beteiligen.
- 3.2 Folgende Grundsätze sind bei Sponsoring zu berücksichtigen:
- Wahrung der Integrität und des Ansehens der Stadtverwaltung,
 - Vermeidung externer Einflussnahme bei der Wahrnehmung öffentlicher Aufgaben und des Anscheins externer Einflussnahme,
 - Wahrung des grundsätzlichen Budgetrechts des Stadtrats (Maßnahmen, die der Stadtrat abgelehnt hat, dürfen durch Sponsoring nicht unterlaufen werden); das Bruttoprinzip - vgl. Nr. 5.2.2 - ist zu beachten,

- vollständige Transparenz bei der Finanzierung unterstützter Aufgaben,
- Vorbeugung gegen jede Form von Korruption und unzulässiger Beeinflussung.

Insbesondere bedeutet dies:

- a) Das Ansehen der Stadtverwaltung in der Öffentlichkeit darf keinen Schaden nehmen. Deshalb ist in jedem Einzelfall abzuwägen, ob zwischen den finanziellen Vorteilen für die Stadt und der Wirkung der zu erbringenden Gegenleistung ein vertretbares Verhältnis besteht (vgl. auch Nr. 5.2.2). Mit dem Sponsoring darf insbesondere keine Werbung verbunden sein, die durch ihren Inhalt und ihre Aufmachung gegen die guten Sitten bzw. die Grundsätze gem. Nr. 5.3 ADON verstößt.
- b) Die Stadtverwaltung und deren Beschäftigte dürfen sich bei der Wahrnehmung ihrer Aufgaben oder bei der Vergabe öffentlicher Aufträge nicht von den Interessen des Sponsors leiten lassen. Es ist auszuschließen, dass die Aufgabenerfüllung beeinflusst wird oder dass städtische Bedienstete in Widerstreit mit ihren dienstlichen Pflichten gebracht und dadurch deren Unparteilichkeit und Unbefangenheit beeinflusst wird. Auch der Anschein einer Beeinflussung ist zu vermeiden.
- c) Durch Schenkungen und Spenden darf für einen objektiven, unvoreingenommenen Beobachter nicht der Eindruck entstehen, die Stadtverwaltung ließe sich durch die Zuwendung bei der Aufgabenwahrnehmung beeinflussen. Das kann insbesondere dann relevant sein, wenn gegenwärtige oder in der Vergangenheit liegende rechtliche Beziehungsverhältnisse (z. B. Lieferverträge, laufende bzw. anstehende Genehmigungsverfahren, Bewerber um einen Auftrag) zwischen dem Zuwendungsgeber und der Stadtverwaltung bestehen. Lässt sich im Einzelfall ein hinreichend begründeter Verdacht einer Beeinflussung nicht plausibel ausräumen (z. B. durch Darlegung und Dokumentation der Gründe für die Recht- und Zweckmäßigkeit einer städtischen Entscheidung), so empfiehlt es sich, die Zuwendung nicht anzunehmen. Hier sind die Eigenverantwortung des Entscheidungsträgers und eine Würdigung der Umstände des Einzelfalles besonders gefordert.
- d) Durch die Annahme einer Sponsoringleistung dürfen keine Verpflichtungen für aktuelle und künftige (Folge-)Leistungen begründet werden, durch die in der Folge ein öffentlicher Wettbewerb faktisch eingeschränkt oder ausgeschlossen wäre.
- e) Zwischen der Sponsoringleistung und etwaigen Umsatzgeschäften oder Leistungen/Entscheidungen der Stadtverwaltung mit dem Sponsor ist klar zu trennen. Sponsoringelder dürfen nicht angenommen werden, wenn damit Einfluss auf Entscheidungen jeglicher Art der Behörde (z. B. auf dem Beschaffungs-, Planungs- und Genehmigungssektor) genommen werden soll.

4. Zulässigkeit

4.1 Sponsoring ist zulässig, wenn

- die Neutralität der Stadtverwaltung gewahrt bleibt,
- nicht gegen Rechtsvorschriften oder das öffentliche Wohl verstoßen wird,
- das Ansehen und die Interessen der Stadtverwaltung nicht beeinträchtigt werden,
- die sachgerechte und unparteiische Aufgabenerfüllung gewährleistet ist und bleibt,
- der Wettbewerb nicht eingeschränkt wird (vgl. Nr. 5.1),
- die Finanzierung etwaiger Folgekosten gewährleistet ist.

4.2 Sponsoring ist insbesondere zulässig für Zwecke der Öffentlichkeitsarbeit, der Kultur, der Bildung, des Sports, der Förderung des Umweltschutzes, der Prävention und für soziale Zwecke, soweit Sponsoring nicht im Einzelfall nach Nr. 4.3 ausgeschlossen ist.

4.3 Sponsoring ist ausgeschlossen, wenn der Anschein entstehen könnte, Verwaltungshandeln würde durch die Sponsoringleistung beeinflusst werden. Ein solcher Anschein liegt insbesondere vor bei Sponsoring

4.3.1 im unmittelbaren Zusammenhang mit folgenden überwiegend hoheitlichen Kernaufgaben der Stadtverwaltung:

- Vornahme ordnungsrechtlicher Maßnahmen oder Erteilung von Genehmigungen sowie Ausübung sonstiger eingriffsverwaltender Tätigkeiten,
- Ausübung aufsichtsrechtlicher Befugnisse,
- Bewilligung von Fördermitteln,
- Durchführung öffentlicher Planungsaufgaben,
- Vergabe von Leistungen öffentlicher Träger der Wohlfahrtspflege,
- Durchführung schulischer oder berufsbezogener Prüfungen oder Eignungsprüfungen.

Ein "unmittelbarer Zusammenhang" liegt vor, wenn die Leistung in einem engen sachlichen und zeitlichen Kontext mit dem Tätigwerden der Stadtverwaltung steht. Dagegen ist beispielsweise nicht von einem unmittelbaren Zusammenhang auszugehen, wenn nur theoretisch denkbar ist, dass die Person, die der Stadtverwaltung eine Zuwendung zukommen lassen möchte, Adressat eines Bescheids sein kann.

4.3.2 im unmittelbaren Zusammenhang mit der Vergabe öffentlicher Aufträge.

4.4 Sponsoring ist ferner ausgeschlossen, wenn

- der Verdacht besteht, dass die Leistung über einen "Strohmann" zufließt oder
- begründete Zweifel daran bestehen, dass der Sponsor die Geld- oder Sachleistung rechtmäßig erworben hat.

4.5 Die dauerhafte Finanzierung von öffentlich Bediensteten und die dauerhafte Überlassung von Personal an die Stadtverwaltung durch Sponsoren sind ausgeschlossen.

4.6 Bereichsspezifische Regelungen, wie z. B. Regelungen für Schulen und Einrichtungen der Kinder- und Jugendhilfe, bleiben unberührt. Insbesondere bleiben die Bestimmungen über Werbung an Schulen in Art. 84 Abs. 1 BayEUG und die Ausführungsbestimmungen in den Schulordnungen (z. B. § 24 VSO, § 25 GSO), die den Umgang mit Zuwendungen regeln, unberührt und gelten damit weiterhin für alle kommunalen und staatlichen Schulen (bei letzteren unter städtischer Sachaufwandsträgerschaft, vgl. Art. 14 BaySchFG).

5. Verfahren und Zuständigkeiten

5.1 Die Entscheidung über die Auswahl der Sponsoringleistung muss objektiv und neutral getroffen werden und auf sachgerechten und nachvollziehbaren Erwägungen beruhen.

Die Wettbewerbs- und Chancengleichheit potenzieller Sponsoren muss gewahrt werden. Sollen Auftragnehmer der Stadtverwaltung als Sponsoren eingeworben werden, ist sicherzustellen, dass Wettbewerber in das Verfahren mit gleichen Chancen einbezogen werden; die Feststellung und ggf. die Auswahlentscheidung ist aktenkundig zu machen. Durch die Annahme einer Sponsoringleistung dürfen keine Bindungen entstehen, durch die ein öffentlicher Wettbewerb eingeschränkt oder ausgeschlossen wird. Maßstab für die Entscheidung können die individuelle Zuverlässigkeit, die finanzielle Leistungsfähigkeit, die Geschäftspraktiken und -grundsätze sowie die Kunden- und Medienprofile der Sponsoren sein.

5.2 Dokumentation

5.2.1 Sponsoringmaßnahmen sind vollständig und abschließend aktenkundig zu machen; dies gilt auch für Spenden. Hierzu sind Zweck, Umfang, Art sowie etwaige rechtliche Beziehungsgeflechte (z. B. Beteiligungen bzw. Adressat von Entscheidungen, Antragsteller, Auftragnehmer, Bescheidempfänger oder Lieferant) zwischen der Stadtverwaltung und dem Sponsor bzw. Zuwendungsgeber, zumindest stichwortartig, zu vermerken (vgl. auch Anlage 2). Der Stadtkämmerei sind die Sponsoringverträge (siehe Nr. 5.2.2) nach deren Abschluss in Kopie zuzusenden.

5.2.2 Mit dem Sponsor ist in allen Fällen eine schriftliche Vereinbarung (Sponsoringvertrag), grundsätzlich unter Verwendung des Mustervertrages gem. Anlage 1, zu schließen, in der Art und Umfang der Leistung des Sponsors und der Stadtverwaltung beschrieben sind. Als Verpflichtung der Stadtverwaltung darf die Darstellung des Sponsors zugelassen werden, insbesondere die mündliche oder schriftliche Nennung des Namens, der Firma und der Marke des Sponsors sowie die Präsentation seines Logos und sonstiger Kennzeichen im Rahmen einer Veranstaltung. Ausgeschlossen sind Vereinbarungen zur indirekten Koppelung von Leistung und Gegenleistung.

In einer separaten Berechnung sind die finanziellen Vorteile der gesponserten Maßnahme darzustellen. Dabei sind die Gegenleistungen der Stadtverwaltung (wie z.B. die Bereitstellung von Räumlichkeiten für Veranstaltungen, kostenlose Führungen, Freikarten etc.) nach dem Bruttoprinzip zu dokumentieren.

5.2.3 Im Sponsoringvertrag nach Nr. 5.2.2 ist eine ausdrückliche Einwilligung des Sponsors vorzusehen

- in die Kennzeichnung des Sponsoring und die Benennung des Sponsors nach Nr. 6,
- in die Nennung in dem zu veröffentlichenden Sponsoring- und Spendenbericht nach Nr. 7.1.

5.3 Das Sponsoring kann bei der Stadtverwaltung ertrags- und umsatzsteuerliche Pflichten auslösen. Vor Vertragsabschlüssen von einzelnen oder zusammenhängen Sponsoringförderungen über 30.000 € ist das Kassen- und Steueramt zu beteiligen. Soweit Sponsoringeinnahmen einem bereits bestehenden Betrieb gewerblicher Art zufließen, ist das Kassen- und Steueramt - jedoch unabhängig von der Förderungshöhe - dann vor Vertragsabschluss einzuschalten, wenn diese Einnahmen nicht der Umsatzsteuer oder dem ermäßigten Umsatzsteuersatz unterworfen werden. Unabhängig von der Förderungshöhe ist das Kassen- und Steueramt auch dann vor Vertragsabschluss einzuschalten, wenn Sponsoringmaßnahmen der Stadtverwaltung außerhalb eines Betriebes gewerblicher Art bzw. dem Hoheitsbereich der Stadtverwaltung zufließen und Umsatzsteuer ausgewiesen wird.

5.4 Sponsoring wird in dezentraler Verantwortung durchgeführt. Die Entscheidung und die Verantwortung für Sponsoring liegt bei den Geschäftsbereichen/Fachreferaten, Eigenbetrieben bzw. besonderen Einrichtungen. Die Stadtkämmerei ist nur Ansprechpartner für grundsätzliche Angelegenheiten des Sponsorings; bei Bedarf informiert die Stadtkämmerei die Zentrale Anlaufstelle für Korruptionsprävention beim Rechnungsprüfungsamt. Die Zuständigkeit des Kassen- und Steueramtes gemäß der Steuergeschäftsanweisung (StGA) bleibt unberührt. Zu den steuerlichen Aspekten wird auf die Anlagen 3 bis 8 verwiesen.

5.5 Für die Annahme von Sponsorenleistungen ist die Zustimmung der Dienststellenleitung/des 2. Werkleiters (bei Beträgen bis 5.000 €) und der Leitung des Geschäftsbereichs/des Fachreferenten/des 1. Werkleiters (bei Beträgen über 5.000 € bis 250.000 €) einzuholen. Im Schulbereich entscheiden die Leiter der pädagogischen Ämter für die kommunalen und staatlichen Schulen bei Beträgen bis 5.000 €. Eventuelle staatliche Regelungen für staatliche Schulen

(z.B. weitere Meldepflichten) bleiben unberührt. Bei Beträgen über 250.000 € entscheidet der Oberbürgermeister.

- 5.6 Schenkungen und Spenden an Bar-, Wertpapier- und sonstigem Kapitalwerten Vermögen zugunsten der Stadtverwaltung sind dem gewünschten Zweck zuzuführen und je nach ihrer vorgesehenen Verwendung im Haushalt zu verbuchen. Die "Arbeitsanweisung für die Abwicklung von Spenden und Sponsorengeldern" in der jeweils gültigen Fassung, ist zu beachten.

Konsumtive Spenden, die nach Nr. 2.3 als zweckgebunden zu betrachten sind und am Ende des Jahres des Spendeneingangs noch nicht (vollständig) verwendet wurden, sind mit dem der Jahresabschlussverfügung beiliegenden Formular bis Ende Februar des Folgejahres an die Stadtkämmerei zu melden. Von dort aus wird dann durch eine Aufwandsbuchung eine Verbindlichkeit in Höhe der noch nicht verwendeten Mittel in der Bilanz eingestellt. Dieser Aufwand ist mit dem Spendenertrag deckungsfähig. Im Verwendungsjahr ist die Stadtkämmerei spätestens bis Februar des Folgejahres mit dem o. a. Formular zu informieren, dass die Spende (teilweise) verwendet wurde. Sodann wird ein Ertrag aus der Auflösung der Verbindlichkeit für die bislang nicht verbrauchte Spende gebucht, welcher als Deckung für die über- bzw. außerplanmäßigen Aufwendungen herangezogen werden kann.

Von der beschriebenen Vorgehensweise sind Spenden für investive Maßnahmen ausgenommen. Hier erfolgt die Einstellung der Verbindlichkeit durch die Anlagenbuchhaltung im Zusammenhang mit der Buchung der Einzahlung.

- 5.7 Zuständig für die Annahme von Geld- und Sachspenden sind

- a) die Fachdienststellen bei Beträgen bis 5.000 € und die Geschäftsbereiche/Fachreferate bei Beträgen ab 5.000 €, soweit mit den Spenden keine Auflagen, Verpflichtungen und größeren Folgekosten verbunden sind,
- b) für die kommunalen und staatlichen Schulen die pädagogischen Ämter bis 5.000 € und der Geschäftsbereich/das Fachreferat bei Beträgen ab 5.000 €, soweit mit den Spenden keine Auflagen, Verpflichtungen und größeren Folgekosten verbunden sind. Die Annahme einer Spende gilt als genehmigt, wenn die Schule die Spende mit dem entsprechenden Vordruck an das pädagogische Amt meldet. Eventuelle staatliche Regelungen für staatliche Schulen (z.B. weitere Meldepflichten) bleiben unberührt.
- c) die Stadtkämmerei in allen sonstigen Fällen; die Stadtkämmerei kann andere Dienststellen einschalten.

- 5.8 Zuwendungsbestätigungen für steuerliche Zwecke sind von den Dienststellen, Eigenbetrieben bzw. besonderen Einrichtungen, für kommunale und staatliche Schulen von den pädagogischen Ämtern, auszustellen, denen die Spende, Schenkung usw. zugute kommt. Als Spende gelten Sach- und Dienstleistungen nur dann, wenn für sie keine Gegenleistung vereinbart bzw. gewährt wird. Für Sponsoringleistungen darf daher keine Spendenbescheinigung erteilt werden. Näheres ist in der Steuergeschäftsanweisung (StGA) der Stadt geregelt. Zu weiteren steuerrechtlichen Aspekten wird ergänzend auf die Anlagen 3 bis 8 verwiesen.

- 5.9 Sponsoringleistungen dürfen keiner bestimmten oder einer konkreten Mehrzahl von Beschäftigten zugute kommen. Sie sind in erster Linie für die Erfüllung von Sachaufgaben zuläs-

sig. Soweit Sponsoringleistungen ausnahmsweise einer bestimmten oder einer konkreten Mehrzahl von Beschäftigten zugute kommen, sind die Richtlinien über das "Verbot der Annahme von Belohnungen und Geschenken" der Stadt zu beachten.

6. Gestaltung von Sponsoringmaßnahmen, Nennung von Sponsoren, Spendern und Mäzenen

- 6.1 Sponsoringmaßnahmen sind deutlich zu kennzeichnen und insbesondere so zu gestalten, dass sie von den durch öffentliche Mittel finanzierten Leistungen deutlich und erkennbar getrennt sind, sie gegenüber den durch öffentliche Mittel finanzierten Leistungen hinsichtlich der Art ihrer Gestaltung und ihres Umfangs ersichtlich zurücktreten und der Anschein einer Beeinflussung vermieden wird. Die Sponsoren sollen benannt werden.
- 6.2 Sofern Spender oder Mäzene überhaupt nicht nach außen in Erscheinung treten wollen (weder im Zusammenhang mit der Maßnahme noch im Sponsoring- und Spendenbericht), ist die Spende oder Schenkung abzulehnen. Sofern sich der Wunsch nach Anonymität nur auf die Namensnennung im Zusammenhang mit der Gestaltung der Sponsoring- bzw. Spendenmaßnahme (z. B. Schenkung von Gemälden für Ausgestaltung des neuen Dienstgebäudes) beschränkt, kann diesem Wunsch grundsätzlich entsprochen werden. Die Gründe hierfür sind aktenkundig zu machen. Die Aufnahme des Namens in den Sponsoring- und Spendenbericht bleibt hiervon unberührt.

7. Sponsoring- und Spendenbericht

- 7.1 Sponsoring muss für die Öffentlichkeit erkennbar sein und ist offen zu legen. Eine vollständige Transparenz des Umfangs, der Art von Sponsoring und der Sponsoren ist zur Vermeidung eines Anscheins der Befangenheit der Stadtverwaltung unentbehrlich.
- 7.2 In einem jährlichen Bericht des Finanzreferates an den Ältestenrat (öffentlicher Teil) sind deshalb für die gesamte Stadtverwaltung alle Sponsoringleistungen (ohne Betragsbegrenzung) und alle Spenden über 1.000 € im Einzelfall gemäß Anlage 2 darzustellen. Der Bericht soll spätestens bis zum 1. Mai des Folgejahres erstellt werden. Dazu legen die Geschäftsbereiche und Fachreferate ihre Übersicht über Sponsoringleistungen und Spenden jeweils bis zum 15. März der Stadtkämmerei vor. Der Spendenbericht ist auch der Rechtsaufsichtsbehörde vorzulegen.

Es ist nicht zulässig, eine Spende, die über dieser Wertgrenze liegt, in Teilzahlungen aufzuteilen, um die Berichtspflicht zu umgehen. Bei der zeitlichen Zuordnung der Leistung ist nicht der Vertragsabschluss, sondern der Zeitpunkt der Leistungserbringung maßgeblich.

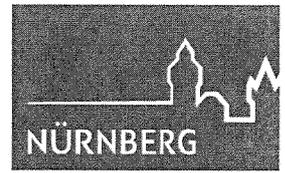
Geld- und Sachspenden unterhalb des Einzelbetrages von 1.000 € sind von der annehmenden Fachdienststelle (vgl. Nr. 1.1) prüfbar zu dokumentieren. Hierfür ist ebenfalls das Muster nach Anlage 2 entsprechend zu verwenden.

8. Inkrafttreten

Diese Bekanntmachung tritt am 01. Januar 2012 in Kraft. Sie gilt auch für alle am 01. Januar 2012 noch laufenden Maßnahmen; allerdings bleiben die bereits ergangenen Entscheidungen zur Zulässigkeit (vgl. Nrn. 3 - 6) unberührt. Diese "Übergangsfälle" sind aber (ohne Angabe des Leistungsgebers) in der Übersicht über Sponsorenleistungen und Spenden aufzunehmen und zu kennzeichnen. Sie werden im Sponsoring- und Spendenbericht als "Übergangsfälle" ausgewiesen. Die in Nr. 5.2 vorgesehene Einwilligung des Sponsors muss damit nicht nachträglich eingeholt werden.

Anlagen

- | | |
|----------|--|
| Anlage 1 | Muster-Sponsoringvertrag |
| Anlage 2 | Übersicht über Sponsorenleistungen und Spenden |
| Anlage 3 | Steuerliches Merkblatt zu Spenden und Sponsoring zugunsten der Stadt Nürnberg |
| Anlage 4 | Verzeichnis der gemäß § 52 Abs. 2 AO als gemeinnützig anerkannten Zwecke |
| Anlage 5 | Bestätigung über Geldzuwendungen |
| Anlage 6 | Bestätigung über Sachzuwendungen |
| Anlage 7 | Erklärung des Zuwendenden von Sachspenden gegenüber dem Zuwendungsempfänger Stadt Nürnberg |
| Anlage 8 | Übersicht zur steuerlichen Handhabung bei Sponsoringverträgen der Stadt Nürnberg |



Sponsoring-Vertrag

Bellage **1.3**
zur Ältestenratssitzung

zwischen

der Stadt Nürnberg,
diese vertreten durch
den Oberbürgermeister,

dieser vertreten durch _____,
dieser vertreten durch _____,

- im Folgenden Sponsoringnehmer genannt -

und

Variante 1:

- der Firma _____ (Name), in _____ (Sitz), eingetragen im Handelsregister unter Nr.: _____, Amtsgericht _____
vertreten durch die Geschäftsführer/den Geschäftsführer _____

Variante 2:

- Gesellschaft bürgerlichen Rechts (GbR) _____,
in _____ (Anschrift),
vertreten durch den Geschäftsführer/die Geschäftsführer _____

Variante 3:

- Verein _____ (Name), in _____ (Sitz), eingetragen im Vereinsregister unter Nr.: _____, Amtsgericht _____,

vertreten durch die Geschäftsführer/den Geschäftsführer/Vorstand* _____

dieser vertreten durch _____,

(Anmerkung: Soweit bei juristischen Personen erforderlich, ist hier der gesetzliche oder rechtsgeschäftliche Vertreter des Sponsors einzutragen)

dieser vertreten durch _____,

(Anmerkung: Hier könnte es sich um einen Ansprechpartner für die Stadt handeln, d. h. einen gesetzlichen oder rechtsgeschäftlichen Vertreter des Sponsors)

- im Folgenden Sponsor genannt -

wird folgende Sponsoringvereinbarung geschlossen:

Die mit * gekennzeichneten Klauseln können gestrichen werden. Bei Varianten ist eine Auswahl zu treffen. Bitte auch die Nummerierung der Absätze anpassen!



Inhalt

§ 1 Zweck	3
§ 2 Leistung des Sponsors	3
§ 3 Leistung des Sponsoringnehmers	4
§ 4 Allgemeine Pflichten des Sponsors	5
§ 5 Sponsoringbericht	5
§ 6 Laufzeit	5
§ 7 Außerordentliche Kündigung	6
§ 8 Haftung	6
§ 9 Aufrechnungsverbot	6
§ 10 Zahlungen	6
§ 11 Umsatzsteuer	7
§ 12 Ausschließlichkeit	7
§ 13 Schlussbestimmungen	8

§ 1 Zweck

- (1) Durch diese Vereinbarung wird zwischen den Parteien die Zuwendung von Geld bzw. geldwerten Sach- oder Dienstleistungen durch eine juristische oder natürliche Person mit wirtschaftlichen Interessen, die neben dem Motiv zur Förderung der öffentlichen Einrichtung auch andere Interessen verfolgt (Sponsoring) geregelt.
- (2) Es handelt sich um Sponsoring für _____.
- (3) Andere gegenseitigen privatrechtlichen oder öffentlich-rechtlichen Rechtsverhältnisse werden durch diesen Vertrag nicht begründet.

§ 2 Leistung des Sponsors

Der Sponsor verpflichtet sich zur Erbringung folgender Leistungen:

- (1) Geldleistungen: _____.

(Anmerkung: Zeitpunkt der Fälligkeit und der Tag der Erfüllung müssen bei Geldleistungen nicht zusammenfallen)

Diese Leistung ist fällig am _____.

Alternative für Satz 2:

Diese Leistung wird in Raten fällig. Die erste Rate in Höhe von _____ ist am _____ fällig. Die zweite Rate in Höhe von _____ ist am _____ fällig. Die dritte Rate in Höhe von _____ ist am _____ fällig.

- (2) Geldwerte Sachleistungen: _____.

(Anmerkung: Eine geldwerte Sachleistung liegt beispielsweise vor, wenn der Sponsoringnehmer dem Sponsor gestattet kostenlos eine Anzeige zu schalten.)

Diese Leistung ist fällig am _____.

- (3) Geldwerte Dienstleistung: _____.

Diese Leistung ist fällig am: _____.

Hinsichtlich der Umsatzsteuer wird auf § 11 verwiesen.

§ 3 Leistung des Sponsoringnehmers

(1) Der Sponsoringnehmer verpflichtet sich den Sponsor im Rahmen jeglicher Werbemaßnahmen (Printmedien, Flyer, Hörfunk etc.) namentlich und mit dem aus **Anlage 1** zu diesem Vertrag ersichtlichen Firmenlogo zu erwähnen. Soweit die Erwähnung des Logos (z.B. im Hörfunk) oder des Namens des Sponsors aus technischen Gründen ausscheidet, reicht die namentliche Nennung oder alternativ die Präsentation des Logos aus.

Vor der Produktion werden die Logos und ihre Platzierung in allen oben genannten Printmedien durch den Sponsor freigegeben. Hierzu leitet der Sponsoringnehmer dem Sponsor rechtzeitig einen Entwurf zu.

Variante als Ergänzung:

Daneben steht dem Sponsor die Rückseite der Eintrittskarten komplett für eigene Werbung sowie ein Teil der Vorderseite zum Abdruck des Firmenlogos zur Verfügung.

(2) Der Sponsoringnehmer gestattet dem Sponsor die Tatsache der Zuwendung in folgender Weise zur Öffentlichkeitsarbeit zu nutzen (abschließende Aufzählung):

-
-
-

Das Sponsoring darf nicht mit Werbung verbunden werden, die durch ihren Inhalt oder ihre Aufmachung gegen die guten Sitten verstößt oder die besondere Rolle von Publikationen der öffentlichen Hand missachtet. Beispielsweise ist Werbung für Waffen, Tabak, Alkohol oder Sexartikel untersagt.

(3) Der Sponsoringnehmer verpflichtet sich, auf seiner Homepage das Logo des Sponsors und einen von da aus zur Homepage des Sponsors führenden Link zu installieren.*

(Anmerkung: Die Installation eines aktiven Links kann steuerlich gesehen schnell zu einem Sponsoring-BgA führen, da hier ein aktives Mitwirken der Stadt an den Werbemaßnahmen des Sponsors vorliegt. Daher ist die rechtzeitige Kontaktaufnahme mit KaSt angeraten)

(4) In den Begleitheften und sonstigen Publikationen wird dem Sponsor jeweils eine Seite zur werblichen Nutzung ohne zusätzliches Entgelt zur Verfügung gestellt. Die Zurverfügungstellung ist durch die Regelung in § 2 des Vertrages abgegolten.*

(5) Der Sponsoringnehmer überlässt dem Sponsor _____ Eintrittskarten inkl. entsprechender Begleithefte* sowie _____ zur freien Verfügung. Karten und _____, die der Sponsor nachbestellt, werden ihm mit einem _____%igen Preisnachlass überlassen. Der Sponsor verpflichtet sich diese Karten nicht für kommerzielle Zwecke zu verwenden.

Variante als Ergänzung bei Ausstellungen:

An einem Abend außerhalb der regulären Öffnungszeiten werden die Ausstellungsräume und eine professionelle Führung dem Sponsor und seinen Gästen kostenfrei zur Verfügung gestellt. An diesem Abend besteht die Ausstellung für die Öffentlichkeit nicht zugänglich. Der Termin

wird zwischen den Parteien abgestimmt. Soweit hier ein Empfang ausgerichtet werden soll, trägt hierfür der Sponsor die Kosten.

§ 4 Allgemeine Pflichten des Sponsors

(1) Der Sponsor verpflichtet sich

- zur Wahrung der Integrität und des Ansehens der Stadtverwaltung beizutragen und alle Handlungen zu unterlassen, die dies gefährden könnten
- Einflussnahme auf die Wahrnehmung von öffentlichen Aufgaben zu unterlassen und alle Handlungen zu unterlassen, die den Anschein einer solchen Einflussnahme erwecken könnten
- alle relevanten gesetzlichen Vorschriften zu beachten.

(2) Der Sponsor erklärt, dass er die Sponsoringleistung im eigenen Namen und auf eigene Rechnung erbringt und nicht als so genannter ‚Strohmann‘ handelt und dass die Sponsoringleistung aus rechtmäßigem Handeln stammt.

§ 5 Sponsoringbericht

(1) Der Sponsor erklärt zwingend sein Einverständnis mit der Nennung seines Namens und des Sponsoringgegenstands im Sponsoring- und Spendenbericht. Vertragliche Details werden im Rahmen der bestehenden Gesetzeslage vertraulich behandelt.

(2) Der Sponsor erklärt sein Einverständnis mit der Nennung seines Namens im Zusammenhang mit der Gestaltung der Sponsoringmaßnahme.*

(Anmerkung: Abs. 2 kann gestrichen werden, soweit Punkt 6.2 der SponsR eingehalten wird.)

§ 6 Laufzeit

Diese Sponsoringvereinbarung beginnt mit dem _____ und endet am _____. Die Vereinbarung tritt mit Unterzeichnung durch beide Parteien in Kraft, bei nicht gleichzeitiger Unterzeichnung mit der letzten Unterschrift.

Variante:

Die Sponsoringvereinbarung gilt auf unbestimmte Zeit und kann von beiden Seiten mit einer Kündigungsfrist von 14 Tagen zum Ablauf eines Monats schriftlich im Sinne von § 126 BGB gekündigt werden.

§ 7 Außerordentliche Kündigung

(1) Nach Maßgabe von § 314 BGB steht den Parteien das Recht zu, diese Vereinbarung aus wichtigem Grund jederzeit außerordentlich zu kündigen. Ein wichtiger Grund liegt u.a. dann vor, wenn der Sponsor die Pflichten aus § 4 verletzt oder ein Vertragspartner Verpflichtungen nach diesem Vertrag trotz schriftlicher Aufforderung und Nachfristsetzung nicht oder nicht ausreichend nachkommt.

(2) Im Falle einer Kündigung verzichten beide Teile auf evtl. bestehende Ansprüche – auch auf Rückforderung der bereits gewährten Leistungen. Ausgenommen sind Schadensersatzansprüche, soweit diese auf vorsätzlichem Handeln einer Vertragspartei beruhen.

§ 8 Haftung

Die Haftung richtet sich nach den gesetzlichen Vorschriften.

Variante:

(1) Die Parteien sowie ihre Vertreter und Erfüllungsgehilfen haften nur im Falle vorsätzlichen oder grobfahrlässigen Verhaltens. Für leicht fahrlässige Pflichtverletzungen der gesetzlichen Vertreter oder Erfüllungsgehilfen wird nur insoweit gehaftet, als es sich dabei um die Verletzung einer Kardinalpflicht handelt.

Davon unberührt bleibt die Haftung für Verletzungen an Leben, Körper und Gesundheit, die auf einer Pflichtverletzung des Sponsors oder seiner gesetzlichen Vertreter oder Erfüllungsgehilfen beruhen.

(2) Soweit der Sponsoringnehmer von Dritten wegen Rechtsverletzungen durch das vom Sponsor zur Verfügung gestellte Material in Anspruch genommen wird, stellt der Sponsor den Sponsoringnehmer von diesen Ansprüchen frei.

§ 9 Aufrechnungsverbot

Die Aufrechnung gegenüber Forderungen aus diesem Vertrag ist einer Partei nur mit einer anerkannten oder rechtskräftig festgestellten Gegenforderung erlaubt.

§ 10 Zahlungen

(1) Für sämtliche nach § 2 Abs. 1 vorgesehenen Geldleistungen, zuzüglich etwaig anfallender Umsatzsteuer (vgl. § 11), erhält der Sponsor eine Rechnung des Sponsoringnehmers. Die Zahlungen sind unter Angabe der Referenz- und Debitorennummer ausschließlich auf das Konto Nr. 1010 941 des Kassen- und Steueramtes bei der Sparkasse Nürnberg (BLZ 760 501 01) zu überweisen.

(Anmerkung: Eigenbetriebe, besondere Einrichtungen und Schulen unter städtischer Sachaufwandsträgerschaft nennen hier ihre eigenen Konten.)

(2) Bei Maßnahmen nach § 2 Abs. 2 und Abs. 3 geht dem Sponsor eine Rechnung des Sponsoringnehmers zu, die alle erforderlichen Angaben zur Abrechnung enthält. In diesem Fall tritt die Fälligkeit abweichend von § 2 erst mit Zugang der Rechnung ein.*

(Anmerkung: Abs. 2 ist zu vereinbaren, wenn die Sponsoringmaßnahme aus geldwerten Dienstleistungen oder Sachleistungen besteht.)

§ 11 Umsatzsteuer

Variante 1:

Der Sponsoringförderung liegt ein steuerpflichtiger Leistungsaustausch zugrunde. Die in § 2 dieses Vertrags vereinbarten Leistungen sind deshalb zuzüglich der gesetzlichen Umsatzsteuer zu bezahlen. Der Sponsoringnehmer erteilt dem Sponsor eine Rechnung mit gesondertem Umsatzsteuerausweis.

Variante 2:

Es wird davon ausgegangen, dass die Sponsoringförderung bei der Stadt Nürnberg im Rahmen einer nicht umsatzsteuerbaren Vermögensverwaltung vereinnahmt wird. Sollten entgegen dieser Annahme die in § 2 dieses Vertrages festgelegten Sponsoringleistungen aufgrund finanzamtlicher Entscheidung im Nachhinein noch der Umsatzsteuer zu unterwerfen sein, ist die gesetzliche Umsatzsteuer zuzüglich Zinsen nach § 233a Abgabenordnung vom Sponsor nachträglich zu begleichen.

§ 12 Ausschließlichkeit

Variante 1:

Der Sponsoringnehmer ist berechtigt, Verträge mit weiteren Hauptsponsoren zu schließen, die keine direkten Wettbewerber des Sponsors sind.

Variante 2:

Der Sponsor ist alleiniger Hauptsponsor. Weitere Sponsoringvereinbarungen mit Dritten als Nebensponsoren dürfen nur mit dem Einverständnis des Hauptsponsors getroffen werden. Soweit Sponsoringverträge mit Nebensponsoren abgeschlossen werden, dürfen die Nebensponsoren im Impressum ausdrücklich mit Namen und Logo erwähnt werden.

§ 13 Schlussbestimmungen

- (1) Dieser Vertrag unterliegt ausschließlich deutschem Recht.
- (2) Mündliche Nebenabreden haben die Vertragsparteien nicht getroffen.
- (3) Änderungen und Ergänzungen dieses Vertrages bedürfen der Schriftform. Dies gilt auch für die Aufhebung der Schriftform.
- (4) Sollte eine der Bestimmungen dieses Vertrages ganz oder teilweise rechtsunwirksam sein oder werden, soll der Bestand der übrigen Bestimmungen hierdurch nicht berührt werden. Die Parteien verpflichten sich vielmehr an einer Vereinbarung mitzuwirken, die in wirtschaftlicher Hinsicht dem ursprünglichen Parteiwillen soweit wie möglich entspricht.
- (5) Als Gerichtsstand wird - soweit zulässig - Nürnberg vereinbart.

Anlage: Firmenlogo

(Ort, Datum)

(Ort, Datum)

(Sponsor)

(Sponsoringnehmer)

Dienststelle/Eigenbetrieb/besondere Einrichtung/Schulen unter städtischer Sachaufwandsträgerschaft
--

Übersicht über Sponsorenleistungen und Spenden für das Jahr

Bemerkung: Es sind alle Sponsorenleistungen, aber nur Spendenleistungen über 1.000 € zu erfassen. Zur gesonderten Erfassung der Spenden unter 1.000 € siehe Nr. 7.2 Abs. 3.

Lfd. Nr.	Empfänger (Behörde,-Einrichtung) (Dienststelle/Eigenbetrieb/ besondere Einrichtung/ Schulen unter städtischer Sachaufwandsträgerschaft)	Wert/ Gegenwert in Euro (ggf. Angabe des Schätzwerts)	Art der Leistung (Sponsoring, Spende, Werbung, mäzenatische Schenkung)	Leistungsgeber (Name und Wohnort bzw. Firmensitz)	Verwendungszweck (Erläuterung der konkreten Maßnahme, wie z. B. Projekte oder Maßnahmen)	Rechtliche Beziehungsflechte (z. B. Beteiligungen bzw. Adressat, Antragsteller, Auftragnehmer, Bescheidermpfänger oder Lieferant der gesonderten Dienststelle/des Eigenbetriebes/der besonderen Einrichtung - vgl. auch Nr. 3.2 Buchst. b und c bzw. Nr. 5.2.1)	Erläuterung a) Geld-, Sach- oder Dienstleistung b) Zeitpunkt der Leistung c) eventuelle Folgekosten (einmalig und jährlich)	Annahme entspricht den Richtlinien (ja/nein)

Beilage **1.4**
zur Ältestenratssitzung

Stand: September 2011

Steuerliches Merkblatt zu Spenden und Sponsoring zugunsten der Stadt Nürnberg

1. **Allgemeines**

Die allgemeinen Begriffe „Sponsoring“ und „Spenden“ sind unter Nr. 2.1 und Nr. 2.2 der Sponsoringrichtlinie (SponsR) erläutert.

2. **Spenden**

2.1 **Begriff**

Unter Spenden im steuerlichen Sinne sind freiwillige und unentgeltliche Geld- oder Sachzuwendungen von natürlichen oder juristischen Personen zu verstehen, die ohne Gegenleistung für steuerbegünstigte Zwecke, d.h. für mildtätige, kirchliche, religiöse, wissenschaftliche oder als besonders förderungswürdig anerkannte gemeinnützige Zwecke einer juristischen Person des öffentlichen Rechts oder einer gemeinnützigen Körperschaft, geleistet werden. Die Zuwendung darf demnach kein Entgelt für eine bestimmte Leistung des Empfängers sein und in keinem tatsächlichen wirtschaftlichen Zusammenhang mit einer Leistung des Empfängers stehen. Die Spenden sind beim Spender in bestimmtem Umfang steuerlich abzugsfähig. Hierfür benötigt der Spender zur Vorlage beim Finanzamt eine nach amtlich vorgeschriebenem Vordruck ausgestellte Spendenbescheinigung, eine sogenannte Zuwendungsbestätigung (vgl. § 50 Einkommensteuereinführungsgesetz).

Zuwendungsbestätigungen für steuerbegünstigte Zwecke sind von den Dienststellen bzw. Eigenbetrieben auszustellen, die Spenden empfangen. Demnach können Spenden an den Hoheitsbereich der Stadt, an gemeinnützige Betriebe gewerblicher Art der Stadt oder an eine durch die Stadt verwaltete und steuerbegünstigte Stiftung vorliegen.

2.2 **Voraussetzungen**

Das Ausstellen einer Zuwendungsbestätigung ist an bestimmte Voraussetzungen gebunden.

- a) Die Zuwendung muss zu steuerbegünstigten Zwecken i. S. d. §§ 52 ff. Abgabenordnung (AO) verwendet werden. Der jeweilige Zweck muss auf der Zuwendungsbestätigung benannt werden.

Es kommen insbesondere in Betracht:

aa) Mildtätige Zwecke gem. § 53 AO

Mildtätige Zwecke werden verfolgt, wenn die Förderung ausschließlich darauf gerichtet ist, bedürftige Personen selbstlos zu unterstützen. Dies umfasst die persönliche und die wirtschaftliche Hilfsbedürftigkeit. Persönlich hilfsbedürftig gem. § 53 Nr. 1 AO sind Personen, die infolge ihres körperlichen, geistigen oder seelischen Zustandes auf die Hilfe anderer angewiesen sind. Hierbei steht die pflegerische Hilfe im Vordergrund. Wirtschaftlich hilfsbedürftig gem. § 53 Nr. 2

AO sind Personen, deren Bezüge nicht höher sind als das Vier- bzw. Fünffache des Regelsatzes der Sozialhilfe i.S.d. § 28 SGB XII. Bei diesem Zweck steht die finanzielle Unterstützung im Vordergrund.

bb) Gemeinnützige Zwecke gem. § 52 AO

Gemeinnützige Zwecke werden verfolgt, wenn eine Tätigkeit der selbstlosen Förderung der Allgemeinheit auf materiellem, geistigem oder sittlichem Gebiet dient (vgl. § 52 Abs. 1 AO).

Die in diesem Sinne als steuerrechtlich gemeinnützig anerkannten Zwecke sind in § 52 Abs. 2 AO aufgeführt. Hierbei handelt es sich um einen grundsätzlich abschließenden Katalog. Der jeweils einschlägige gemeinnützige Zweck ist aus der Anlage 4 zu entnehmen.

b) Freiwilligkeit

Die Spende muss ohne rechtliche Verpflichtung und ohne Erwartung eines besonderen Vorteils erbracht worden sein.

c) Unentgeltlichkeit

Eine Leistung ist unentgeltlich, wenn ihr keine Gegenleistung des Empfängers gegenübersteht bzw. zwischen Leistung und einer etwaigen Gegenleistung kein unmittelbarer Zusammenhang gegeben ist.

d) Vermögensopfer

Ein Vermögensopfer im Sinne einer endgültigen Vermögensminderung liegt vor, wenn der Spender auf Dauer wirtschaftlich belastet wird. Leistungen, die beispielsweise unter bestimmten Bedingungen entrichtet werden oder bei bestimmten Ereignissen durch den Spender wieder zurück gefordert werden können, werden daher nicht als Spenden anerkannt.

2.3 **Ausstellen von Zuwendungsbestätigungen**

Bei der Ausstellung von Zuwendungsbestätigungen sind ausschließlich die Vordrucke (3fache-Ausfertigung) der Stadt Nürnberg (vgl. Anlagen 5 und 6) zu verwenden; bei Spenden an Stiftungen gibt es spezielle Vordrucke.

Die Vordrucke werden von der Leiterin/dem Leiter der Dienststelle bzw. des Eigenbetriebes oder deren/dessen Vertreter/in unterschrieben. Das Original erhält der Spender, ein Abdruck verbleibt bei der ausstellenden Dienststelle bzw. des Eigenbetriebes, einen Abdruck erhält KaSt/5. Die Zuwendungsbestätigung darf die Größe einer DIN A4-Seite nicht überschreiten. Auf der Zuwendungsbestätigung dürfen weder Textumformulierungen noch Textergänzungen, wie z. B. Danksagungen an den Zuwendenden oder Werbung für die Ziele der begünstigten Einrichtung, angebracht werden (vgl. Schreiben des Bundesministeriums der Finanzen (BMF) vom 17.06.2011 (Az. IVC4-S2223/07/0018:004).

2.4 **Haftung**

Der Spender darf auf die Richtigkeit der Zuwendungsbestätigung vertrauen, es sei denn, dass er diese durch unlautere Mittel oder falsche Angaben erwirkt hat oder dass ihm die Unrichtigkeit infolge grober Fahrlässigkeit nicht bekannt war.

Korrespondierend zum Vertrauensschutz auf Spenderseite besteht eine Haftung des Spendenempfängers für unrichtig ausgestellte Zuwendungsbestätigungen. Wer vor-

sätzlich oder grob fahrlässig eine unrichtige Zuwendungsbestätigung ausstellt („sog. Ausstellerhaftung“) oder wer veranlasst, dass Zuwendungen nicht zu den in der Zuwendungsbestätigung angegebenen steuerbegünstigten Zwecken verwendet werden („sog. Veranlasserhaftung“), haftet für die hieraus dem Fiskus entgehenden

Steuern (§ 10 b Abs. 4 Einkommensteuergesetz (EStG), § 9 Abs. 3 Körperschaftsteuergesetz (KStG), § 9 Nr. 5 Gewerbesteuergesetz (GewStG)).

2.5 Spendenarten

a) Geldspenden

Geldspenden gelten grundsätzlich in dem Jahr des Zahlungseingangs als geleistet. Ist die Spende bis spätestens 31.12. bei der Bank des Spenders abgegangen und der Zahlungseingang bei der Stadt erfolgt erst im neuen Jahr, so ist die Spende noch im alten Jahr beim Spender steuerlich abzusetzen.

Aufwandsspenden als Form der Geldspende

Aufwandsspenden sind Spenden, bei denen ein vereinbarter vertraglicher Aufwendersersatzanspruch besteht und nachträglich freiwillig auf die Erstattung dieses Anspruches verzichtet wird. Der Anspruch muss ernsthaft und rechtswirksam eingeräumt werden und darf nicht unter der Bedingung des Verzichts stehen. Beim Verzicht auf Ersatz von Aufwendungen handelt es sich um eine Geldspende. Die Höhe des Ersatzanspruches ist durch geeignete Unterlagen (z. B. Rechnung) durch den Spendenempfänger (Stadt) nachzuweisen.

b) Sachspenden

Als steuerbegünstigte Spende gilt auch die Zuwendung von Wirtschaftsgütern. In der Zuwendungsbestätigung sind der Wert und die genaue Bezeichnung sowie genaue Angaben über den zugewendeten Gegenstand (z. B. Alter, Zustand, historischer Kaufpreis etc.) anzugeben. Für die steuerliche Anerkennung ist es erforderlich, dass das rechtliche Eigentum wirksam auf die Stadt Nürnberg übertragen wurde. Der Zeitpunkt des Eingangs der Sachspende ist die Erlangung der tatsächlichen Verfügungsmacht der Stadt über das gespendete Wirtschaftgut.

Grundsätzlich ist es Aufgabe des Spenders, den Wert einer gespendeten Sache eindeutig nachzuweisen. Geeignete Unterlagen, die zur Wertermittlung dienen, sind genau zu bezeichnen. Der Wert einer Sachspende bemisst sich grundsätzlich nach dem Einzelveräußerungspreis, dieser entspricht dem Marktwert. Vereinzelt bemisst sich der Wert der Spende nach dem Buchwert bzw. den fortgeführten Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten (s.u.).

Bei Sachspenden ist zu unterscheiden, ob die Sachspende aus einem Betriebs- oder aus dem Privatvermögen des Zuwendenden stammt. Macht der Zuwendende hierzu keine Angaben, so ist dies auf der Zuwendungsbestätigung zu vermerken.

aa) Sachspenden aus einem Betriebsvermögen

Stammt die Spende nach Angaben des Spenders aus dessen Betriebsvermögen, so ist die Sachzuwendung mit dem Entnahmewert zuzüglich der bei der Entnahme angefallenen Umsatzsteuer anzusetzen. Hierbei empfiehlt es sich, die Erklärungen des Spenders zur Sachzuwendung zu dokumentieren (vgl. Anlage 7 der SponsR).

Nach dem BMF-Schreiben vom 17.06.2011 (Az. IVC4-S2223/07/0018:004) sind

bei Sachspenden aus dem Betriebsvermögen mit Ansatz des Entnahmewertes keine Unterlagen zur Wertermittlung der Sachspende erforderlich.

Der Entnahmewert ist grundsätzlich der Teilwert. Teilwert ist der Betrag, den der Erwerber eines ganzen Unternehmens im Rahmen des Gesamtkaufpreises für das Wirtschaftsgut zu zahlen bereit ist. Der Entnahmewert kann der Buch

wert sein, wenn keine Entnahme von Nutzungen und Leistungen vorliegt und das Wirtschaftsgut unmittelbar nach der Entnahme für steuerbegünstigte Zwecke gespendet wird. Unter Buchwert ist der Wert zu verstehen, der sich für das Wirtschaftsgut zum Zeitpunkt seiner Zuwendung ergeben würde, wenn für diesen Zeitpunkt eine Bilanz aufzustellen wäre. Dem ermittelten Teilwert oder Buchwert ist die anfallende gesetzliche Umsatzsteuer jeweils hinzuzurechnen.

bb) Sachspenden aus dem Privatvermögen

Bei Sachspenden aus dem Privatvermögen ist der gemeine Wert des gespendeten Wirtschaftsgutes maßgebend. Beim gemeinen Wert handelt es sich um den Preis, der sich bei der Einzelveräußerung des Wirtschaftsgutes gewöhnlich erzielen ließe. Dieser ist durch geeignete Unterlagen (z. B. Rechnung, Gutachten) nachzuweisen. Der Zuwendungsempfänger muss bei der Ausstellung der Zuwendungsbestätigung genau bezeichnen, welche Unterlagen zur Ermittlung des angesetzten Wertes herangezogen wurden. Wäre beim Spender im Falle eines theoretischen Verkaufs des Wirtschaftsgutes der Veräußerungserlös steuerpflichtig gewesen (z. B. bei privaten Veräußerungsgeschäften gem. § 23 EStG oder bei Veräußerung von Kapitalanteilen gem. § 17 EStG), ist die Spendenhöhe auf Basis der fortgeführten Anschaffungs- und Herstellungskosten zu ermitteln. In Zweifelsfällen sind diese Informationen beim Spender abzufragen.

3. Sponsoring

3.1 Grundsätzliches

Zur steuerlichen Abgrenzung des Sponsorings von der Spende ist bedeutsam, dass ein Spender eine freiwillige, freigiebige Zuwendung ohne Gegenleistung an den Empfänger erbringt. Beim Sponsoring hingegen liegt eine Gewährung von Geld oder geldwerten Vorteilen zur Förderung v.a. in gesellschaftspolitisch bedeutsamen Bereichen, z. B. Sozialwesen, Ökologie, Kultur oder Sport vor, mit der der Sponsor auch eigene unternehmensbezogene Ziele der Werbung oder Öffentlichkeitsarbeit verfolgt. Dadurch liegt ein Leistungsaustausch vor, bei dem der Sponsor eine Gegenleistung erhält. Art und Umfang von Leistung und Gegenleistung sind häufig in einer vertraglichen Sponsoringvereinbarung geregelt. Für die steuerlichen Rechtsfolgen ist der Inhalt der Vereinbarung maßgebend und nicht wie der Vertrag bzw. darin enthaltene Leistungen bezeichnet werden.

Zur Ermittlung der jeweiligen ertrag- und umsatzsteuerlichen Auswirkungen beim Sponsoringempfänger sind zwei Fälle zu unterscheiden:

Nach dem Sponsoringvertrag erfolgt die Gegenleistung der Stadt

entweder

- lediglich in Form eines Hinweises auf den Sponsor ohne besondere Hervorhebungen in zurückhaltender Art und Weise oder in der Weise, dass eine alleinige Überlassung eines Rechts an den Sponsor erfolgt, selbst in der Öffentlichkeit mit dem Engagement zugunsten der Stadt zu werben (sogenannte bloße Duldungsleistungen),

oder

- durch eine aktive Mitwirkung der Stadt an den Werbeleistungen des Sponsors.

Da die Einordnung mitunter Schwierigkeiten bereiten kann, werden die beiden unterschiedlichen Bereiche nachfolgend anhand von Fallkonstellationen im Einzelnen weiter erläutert.

3.2 Abgrenzungen

3.2.1 Bloße Duldungsleistungen

Als bloße Duldungsleistungen in Form von Hinweisen auf den Sponsor ohne besondere Hervorhebungen bzw. in Form von alleiniger Rechteüberlassung zum Sponsoring werden von der Finanzverwaltung insbesondere folgende Gegenleistungen der Stadt angenommen:

- bloße Namensnennung des Sponsors ohne besondere Hervorhebung
- bloßes Anbringen von Emblemen oder Logos des Sponsors auf Plakaten, Veranstaltungshinweisen, Katalogen, Programmheften ohne besondere Hervorhebung
- reine Namensnennung des Sponsors in einem Grußwort bzw. einer Einleitung oder Danksagung
- Einladungskarten zu Veranstaltungen der Stadt weisen auf eine Unterstützung des Sponsors hin
- reine Namensnennung des Sponsors bei Eröffnungsreden und im Interview
- alleinige Überlassung des Rechts an den Sponsor, selbst in der Öffentlichkeit mit seinem anerkanntenswerten Engagement für die Stadt zu werben

3.2.2 Aktive Leistungen der Stadt gegenüber dem Sponsor

Als aktive Mitwirkung der Stadt an der Werbetätigkeit des Sponsors bzw. als aktive Erbringung besonderer Leistungen der Stadt an den Sponsor werden von der Finanzverwaltung insbesondere folgende Betätigungen angesehen:

- Hervorgehobene Hinweise auf den Sponsor oder dessen Produkte
- Abdruck von Produktwerbung in Programmheften etc., u.a. Anzeigen des Sponsors im Programmheft
- Product Placement, d.h., werbewirksame Integration eines Produkts des Sponsors in den Ablauf einer städtischen Veranstaltung
- Anbringung von großflächigen Werbetafeln des Sponsors
- Lautsprecherdurchsagen mit Hinweis auf den Sponsor
- Schaltung eines Links von der städtischen Homepage auf die Internetseite des Sponsors
- Benennung einer Veranstaltung nach dem Sponsor
- Teilnahme an Presseveranstaltungen des Sponsors mit Vertretern der Stadt
- Informationsstand des Sponsors auf städtischen Veranstaltungen
- Absatz von Produkten des Sponsors durch städtisches Personal im Rahmen einer Veranstaltung

3.2.3 Erbringt der Gesponserte im Rahmen einer Sponsoringvereinbarung Gegenleistungen, sowohl in Form von bloßen Duldungsleistungen, als auch durch aktive Leistungen und

führen die aktiven Leistungen zu einer Steuerpflicht wegen Erfassung in einem neu entstandenen oder bereits bestehenden Betrieb gewerblicher Art, so sind wegen fehlender Aufteilbarkeit grundsätzlich alle aus der Vereinbarung erzielten Entgelte als einheitlich steuerpflichtig zu behandeln.

4. Steuerliche Einordnung

4.1 Ertragsteuerliche Auswirkungen

Die Beurteilung der Leistungen und Entgelte erfolgt zuerst immer nach der ertragsteuerlichen Zuordnung. Es ist zunächst zu prüfen, ob die Sponsorenleistung dem Hoheitsbereich oder einem Betrieb gewerblicher Art zu Gute kommt.

4.1.1 Sponsorenleistung an den Hoheitsbereich

Der Zufluss von Sponsorengeldern im Hoheitsbereich bleibt grundsätzlich solange ohne steuerliche Folgen, soweit es sich um reine Duldungsleistungen (s.o.) der Stadt handelt. Steuerliche Folgen sind jedoch zu beachten, wenn die Stadt konkrete Leistungen gegenüber dem Sponsor erbringt, da dadurch ein Betrieb gewerblicher Art entstehen kann.

- a) Bei reinen Duldungsleistungen (s.o.) durch den Hoheitsbereich handelt es sich um eine Betätigung im Rahmen einer nichtsteuerbaren Vermögensverwaltung (i. d. R. um Rechtevergabe), wobei die Sponsorenleistung unabhängig von der Höhe ohne steuerliche Folgen vereinnahmt werden kann.
- b) Aktive Werbeleistungen an den Sponsor durch den Hoheitsbereich führen grundsätzlich zu einem steuerpflichtigen Betrieb gewerblicher Art, sofern die Sponsorenleistungen den Umsatz von 30.678 € (ohne eventuelle Umsatzsteuer) pro Jahr übersteigen und es sich nicht nur um einmalige Sponsorenleistungen handelt. Mehrere Sponsorenleistungen mit aktiven Werbeleistungen der Stadt, von verschiedenen Sponsoren bzw. dem gleichen Sponsor, die einer oder mehreren Veranstaltungen zugutekommen, werden für die Ermittlung der Jahressumme zusammengezählt. In diesem Falle ist es erforderlich, zeitnah mit KaSt/5 Kontakt aufzunehmen.

4.1.2 Sponsorenleistung an einen bereits bestehenden nicht gemeinnützigen Betrieb gewerblicher Art

Sponsorenleistungen im Rahmen eines bestehenden nicht gemeinnützigen Betriebes gewerblicher Art stellen stets steuerpflichtige Betriebseinnahmen dar. Dies gilt unabhängig davon, ob nur reine Duldungsleistungen oder aktive Leistungen des Betriebes gewerblicher Art vorliegen.

4.1.3 Sponsorenleistung an einen gemeinnützigen Betrieb gewerblicher Art bzw. an eine von der Stadt verwaltete gemeinnützige Stiftung

- a) Reine Duldungsleistungen stellen ertragsteuerlich steuerfreie Betriebseinnahmen des Bereiches der Vermögensverwaltung des gemeinnützigen Betriebes gewerblicher Art bzw. der gemeinnützigen Stiftung dar.

- b) Durch aktive Werbeleistungen an den Sponsor entsteht ein wirtschaftlicher Geschäftsbetrieb, der dem Grunde nach dem Ertragsteuerrecht, d.h. der Körperschaftsteuer und der Gewerbesteuer unterliegt. Eine ertragsteuerliche Veranlagung findet jedoch erst statt, wenn die Einnahmen aller wirtschaftlichen Geschäftsbetriebe einschließlich Umsatzsteuer pro Jahr in Summe 35.000 € übersteigen (vgl. § 64 Abs. 3 AO).

4.1.4 Ertragsteuerliche Vorgehensweise

Bei alleiniger steuerlicher Betrachtung empfiehlt es sich, dass seitens der Stadt bzw. der Stiftung ausschließlich nichtsteuerbare oder steuerfreie Leistungen erbracht werden. Im Falle einer Entscheidung, dass neben nichtsteuerbaren oder steuerfreien Leistungen auch steuerpflichtige aktive Werbemaßnahmen geleistet werden, ist das gesamte Sponsoringentgelt, d.h. einschließlich derer, die an sich nicht steuerpflichtig wären, grundsätzlich als einheitliche Werbeleistung in Form eines steuerpflichtigen Betriebs gewerblicher Art/wirtschaftlichen Geschäftsbetriebes zu behandeln.

4.2 Umsatzsteuerliche Auswirkungen

Danach sind die umsatzsteuerlichen Folgen zu beurteilen. Eine Sponsorenleistung unterliegt nur dann der Umsatzsteuer, wenn diese einem (evtl. neu zu gründenden) Betrieb gewerblicher Art zufließen.

4.2.1 Sponsorenleistung an den Hoheitsbereich

Reine Duldungsleistungen durch den Hoheitsbereich unterliegen nicht der Umsatzsteuer, da diese nicht steuerbar sind.

4.2.2 Sponsorenleistung an einen bereits bestehenden nicht gemeinnützigen Betrieb gewerblicher Art

Sponsorenleistungen im Rahmen eines bestehenden nicht gemeinnützigen Betriebes gewerblicher Art werden grundsätzlich mit dem Regelumsatzsteuersatz von derzeit 19 % besteuert. Dies gilt unabhängig davon, ob nur reine Duldungsleistungen oder aktive Leistungen des Betriebes gewerblicher Art vorliegen.

4.2.3 Sponsorenleistung an einen gemeinnützigen Betrieb gewerblicher Art bzw. an eine von der Stadt verwaltete gemeinnützige Stiftung

- a) Werbeleistungen mit aktiver Beteiligung der Stadt werden im Rahmen eines wirtschaftlichen Geschäftsbetriebes erbracht und unterliegen grundsätzlich dem Regelumsatzsteuersatz von derzeit 19 %.
- b) Bei bloßen Duldungsleistungen der Stadt liegt kein steuerschädlicher wirtschaftlicher Geschäftsbetrieb vor, weshalb diese gem. § 12 Abs. 2 Nr. 8a UStG grundsätzlich dem ermäßigten Umsatzsteuersatz von derzeit 7 % unterliegen, wenn diese Sponsoringeinnahmen dem gemeinnützigen Zweck des Betriebes gewerblicher Art zu Gute kommen.

4.2.4 Umsatzsteuerliche Bearbeitung

Hinsichtlich der Sponsoringeinnahmen, die der Umsatzsteuer zu unterwerfen sind (s.o.), ist die geschuldete Umsatzsteuer an das Finanzamt abzuführen.

Je nach Ausgestaltung des Sponsoringvertrages, ob nur eine bloße Duldungsleistung der Stadt oder eine aktive Werbemaßnahme der Stadt vorliegt, ist die gemäß § 9 des Mustersponsoringvertrages jeweils einschlägige Vorformulierung zu übernehmen.

Soweit umsatzsteuerpflichtige Sponsoringeinnahmen erzielt werden, kann ein Vorsteuerabzug bzgl. der Ausgaben geltend gemacht werden, die in unmittelbarem Zusammenhang mit der konkreten Sponsoringmaßnahme stehen.

5. **Sponsoringvertrag**

Nach Nr. 5.2.2 der SponsR ist mit dem Sponsor ein Vertrag, grundsätzlich nach dem Muster der Anlage 1 der SponsR, zu fertigen. Zur Vorlage eines Sponsoringvertragsentwurfes vor Vertragsabschluss bei KaSt ist die Übersicht zur steuerlichen Bearbeitung von Sponsoringverträgen mit steuerrechtlichen Anmerkungen (vgl. Anlage 8 der SponsR) hilfreich.

Das Kassen- und Steueramt ist für die steuerliche Bearbeitung des Sponsoringvertrages vor Vertragsabschluss in folgenden Fällen zeitnah zu beteiligen:

- a) Bei einzelnen oder zusammenhängenden Sponsoringmaßnahmen über 30.000 €,
- b) unabhängig von der Höhe der Sponsoringmaßnahme, bei:
 - Sponsorenleistungen an den Hoheitsbereich mit Ausweis von Umsatzsteuer
 - Sponsorenleistungen an einen Betrieb gewerblicher Art ohne umsatzsteuerliche Erfassung
 - Sponsorenleistungen an einen Betrieb gewerblicher Art mit Versteuerung mit dem ermäßigten Umsatzsteuersatz von derzeit 7 %.

Verzeichnis der gemäß § 52 Abs. 2 AO als gemeinnützig anerkannten Zwecke

1. Förderung von Wissenschaft und Forschung
2. Förderung der Religion
3. Förderung des öffentlichen Gesundheitswesens und der öffentlichen Gesundheitspflege, insbesondere die Verhütung und Bekämpfung von übertragbaren Krankheiten, auch durch Krankenhäuser im Sinne des § 67 AO, und von Tierseuchen
4. Förderung der Jugend- und Altenhilfe
5. Förderung von Kunst und Kultur
6. Förderung des Denkmalschutzes und der Denkmalpflege
7. Förderung der Erziehung, Volks- und Berufsbildung einschließlich der Studentenhilfe
8. Förderung des Naturschutzes und der Landschaftspflege im Sinne des Bundesnaturschutzgesetzes und der Naturschutzgesetze der Länder, des Umweltschutzes, des Küstenschutzes und des Hochwasserschutzes
9. Förderung des Wohlfahrtswesens, insbesondere der Zwecke der amtlich anerkannten Verbände der freien Wohlfahrtspflege (§ 23 UStDV), ihrer Unterverbände und ihrer angeschlossenen Einrichtungen und Anstalten
10. Förderung der Hilfe für politisch, rassistisch oder religiös Verfolgte, für Flüchtlinge, Vertriebene, Aussiedler, Spätaussiedler, Kriegsoffer, Kriegshinterbliebene, Kriegsbeschädigte und Kriegsgefangene, Zivilbeschädigte und Behinderte sowie Hilfe für Opfer von Straftaten; Förderung des Andenkens an Verfolgte, Kriegs- und Katastrophenopfer; Förderung des Suchdienstes für Vermisste
11. Förderung der Rettung aus Lebensgefahr
12. Förderung des Feuer-, Arbeits-, Katastrophen- und Zivilschutzes sowie der Unfallverhütung
13. Förderung internationaler Gesinnung, der Toleranz auf allen Gebieten der Kultur und des Völkerverständigungsgedankens
14. Förderung des Tierschutzes
15. Förderung der Entwicklungszusammenarbeit
16. Förderung von Verbraucherberatung und Verbraucherschutz
17. Förderung der Fürsorge für Strafgefangene und ehemalige Strafgefangene
18. Förderung der Gleichberechtigung von Frauen und Männern
19. Förderung des Schutzes von Ehe und Familie
20. Förderung der Kriminalprävention
21. Förderung des Sports (Schach gilt als Sport)
22. Förderung der Heimatpflege und Heimatkunde

23. Förderung der Tierzucht, der Pflanzenzucht, der Kleingärtnerei, des traditionellen Brauchtums einschließlich des Karnevals, der Fastnacht und des Faschings, der Soldaten- und Reservistenbetreuung, des Amateurfunkens, des Modellflugs und des Hundsports
24. Allgemeine Förderung des demokratischen Staatswesens im Geltungsbereich der Abgabenordnung; hierzu gehören nicht Bestrebungen, die nur bestimmte Einzelinteressen staatsbürgerlicher Art verfolgen oder die auf den kommunalpolitischen Bereich beschränkt sind
25. Förderung des bürgerschaftlichen Engagements zugunsten gemeinnütziger, mildtätiger und kirchlicher Zwecke

Stadt Nürnberg - 904 Nürnberg

e-mail: @stadt.nuernberg.de
Internet: http://www.nuernberg.de

Sprechzeiten:
Montag, Dienstag und Donnerstag
8.30 - 15.30 Uhr,
Mittwoch und Freitag
8.30 - 12.30 Uhr
oder nach Vereinbarung

Telefonzentrale: (0911) 231 - 0
Telefon: 231- Telefax: 231-

U-Bahnlinie
Haltestelle
Straßenbahnlinie
Haltestelle
Buslinie
Haltestelle

Stadtparkasse Nürnberg
BLZ 760 501 01
Konto 1 010 941

Postbank Nürnberg
BLZ 760 100 85
Konto 15-854
Datum

Ihr Schreiben

Unser Zeichen

Zimmer-Nr.

Bestätigung über Geldzuwendungen

im Sinne des § 10 b des Einkommensteuergesetzes an inländische juristische Personen
des öffentlichen Rechts oder inländische öffentliche Dienststellen

Name und Anschrift des Zuwendenden:		
Betrag/Wert d. Zuwendung in Ziffern €	in Buchstaben	Tag der Zuwendung
Empfänger der Zuwendung STADT NÜRNBERG		/Dienststelle

Es wird bestätigt, dass die Zuwendung nur zu folgenden - angekreuzten - Zwecken verwendet wird, und zwar zu

- mildtätigen Zwecken (§ 53 AO)
- Förderung der Wissenschaft und Forschung der Nr. 1
- Förderung der Jugend- und Altenhilfe der Nr. 4
- Förderung der Kunst und Kultur der Nr. 5
- Förderung der Erziehung, Volks- und Berufsbildung der Nr. 7
- als besonders förderungswürdig anerkannten
gemeinnützigen Zwecken der Nummer :

des § 52 Abs. 2 der Abgabenordnung

Die Zuwendung wird von uns unmittelbar für den angegebenen Zweck verwendet.

Nürnberg,
Dienststelle / Unterschrift

Hinweis:
Wer vorsätzlich oder grob fahrlässig eine unrichtige Zuwendungsbestätigung erstellt oder wer veranlasst, dass Zuwendungen nicht zu den in der Zuwendungsbestätigung angegebenen steuerbegünstigten Zwecken verwendet werden, haftet für die Steuer, die dem Fiskus durch einen etwaigen Abzug der Zuwendungen beim Zuwendenden entgeht (§ 10 b Abs. 4 EStG, § 9 Abs. 3 KStG, § 9 Nr. 5 GewStG).

Dienststellenleiter



Stadt Nürnberg - 904 Nürnberg

e-mail: @stadt.nuernberg.de
Internet: http://www.nuernberg.de

Sprechzeiten:
Montag, Dienstag und Donnerstag
8.30 - 15.30 Uhr,
Mittwoch und Freitag
8.30 - 12.30 Uhr
oder nach Vereinbarung

Telefonzentrale: (0911) 231 - 0

Telefon: 231- Telefax: 231-

U-Bahnlinie
Haltestelle
Straßenbahnlinie
Haltestelle
Buslinie
Haltestelle
Stadtparkasse Nürnberg
BLZ 760 501 01
Konto 1 010 941
Postbank Nürnberg
BLZ 760 100 85
Konto 15-854
Datum

Ihr Schreiben

Unser Zeichen

Zimmer-Nr.

Bestätigung über Sachzuwendungen

im Sinne des § 10 b des Einkommensteuergesetzes an inländische juristische Personen des öffentlichen Rechts oder inländische öffentliche Dienststellen

Name und Anschrift des Zuwendenden		
Betrag/Wert d. Zuwendung in Ziffern €	in Buchstaben	Tag der Zuwendung
Genauere Bezeichnung der Sachzuwendung mit Alter, Zustand, Kaufpreis usw.		

- Die Sachzuwendung stammt nach den Angaben des Zuwendenden aus dem Betriebsvermögen und ist mit dem Entnahmewert (ggf. mit dem niedrigeren gemeinen Wert) bewertet.
- Die Sachzuwendung stammt nach den Angaben des Zuwendenden aus dem Privatvermögen.
- Der Zuwendende hat trotz Aufforderung keine Angaben zur Herkunft der Sachzuwendung gemacht.
- Geeignete Unterlagen, die zur Wertermittlung gedient haben, z.B. Rechnung, Gutachten
Bezeichnung der Unterlagen:

Empfänger der Zuwendung STADT NÜRNBERG	/Dienststelle
--	---------------

Es wird bestätigt, dass die Zuwendung nur zu folgenden - angekreuzten - Zwecken verwendet wird, und zwar zu

- mildtätigen Zwecken (§ 53 AO)
- Förderung der Wissenschaft und Forschung der Nr. 1
- Förderung der Jugend- und Altenhilfe der Nr. 4
- Förderung von Kunst und Kultur der Nr. 5
- Förderung der Erziehung, Volks- und Berufsbildung der Nr. 7
- als besonders förderungswürdig anerkannten
gemeinnützigen Zwecken der Nummer :

des § 52 Abs. 2 der Abgabenordnung

Die Zuwendung wird von uns unmittelbar für den angegebenen Zweck verwendet.

Nürnberg,
Dienststelle / Unterschrift

Hinweis:
Wer vorsätzlich oder grob fahrlässig eine unrichtige Zuwendungsbestätigung erstellt oder wer veranlasst, dass Zuwendungen nicht zu den in der Zuwendungsbestätigung angegebenen steuerbegünstigten Zwecken verwendet werden, haftet für die Steuer, die dem Fiskus durch einen etwaigen Abzug der Zuwendungen beim Zuwendenden entgeht (§ 10 b Abs. 4 EStG, § 9 Abs. 3 KStG, § 9 Nr. 5 GewStG).

Dienststellenleiter



Erklärung des Zuwendenden von Sachspenden gegenüber dem Zuwendungsempfänger Stadt Nürnberg

Firma

Name

Anschrift

-als Zuwendungsgeber-

erklärt gegenüber der

Stadt Nürnberg

Dienststelle

-als Zuwendungsempfänger-

dass die am _____ getätigte Sachzuwendung von _____

aus unserem Betriebsvermögen stammt

und

mit dem Entnahmewert (zuzüglich der bei der Entnahme angefallenen Umsatzsteuer) in Höhe von

insgesamt _____ € angesetzt worden ist.

Nürnberg, den

Unterschrift, Firmenstempel

Stand: September 2011

Übersicht zur steuerlichen Handhabung bei Sponsoringverträgen der Stadt Nürnberg

1. **Rechtsgrundlagen:**
BMF v. 18.02.1998 IV B 2 S 2144 – 40/98IV B –S 0183 – 62/98, § 4 KStG, §§ 51 ff. AO, § 12 UStG
2. **Steuerliche Bearbeitung:**
 - 2.1 Sponsoringmaßnahme **bis einschließlich 30.000 €** (ohne eventuelle Umsatzsteuer)

Sponsorenleistung	gemeinnütziger BgA	nicht gemeinnütziger BgA	Hoheitsbereich
<p>Nur passives Verhalten bzw. reine Duldungsleistungen der Stadt in Bezug auf die Werbemaßnahmen des Sponsors, d. h. reiner Hinweis auf die Unterstützung durch den Sponsor ohne besondere Hervorhebung:</p> <p>Beispiele: Bloße Namensnennung, bloßes Anbringen von Emblemen, Logos des Sponsors auf Plakaten, Veranstaltungshinweisen, Programmheften etc., ohne besondere Hervorhebungen, reine Überlassung von Namens- oder Duldungsrechten</p>	<p>Betriebseinnahme in ertragsteuerfreier Vermögensverwaltung</p> <p>Umsatzsteuersatz 7%, § 12 Abs. 2 Ziff. 8a UStG, umsatzsteuerliche Entgelte werden hier außerhalb eines wirtschaftlichen Geschäftsbetriebs verinnahmt</p> <p>Vorlage bei KaSt/5 vor Vertragsschluss</p>	<p>Ertragsteuerpflichtige Betriebseinnahmen</p> <p>Umsatzsteuersatz 19 %, § 12 Abs. 1 UStG</p> <p>Wird <u>keine</u> Umsatzsteuer ausgewiesen, Vorlage bei KaSt/5 vor Vertragsschluss</p>	<p>Keine steuerlichen Auswirkungen</p> <p>Wird Umsatzsteuer ausgewiesen, Vorlage bei KaSt/5 vor Vertragsschluss</p>
<p>Aktive Mitwirkung der Stadt an Werbemaßnahmen des Sponsors:</p> <p>Beispiele:</p> <p>Hervorgehobene Hinweise auf den Sponsor oder dessen Produkte</p> <p>Produktwerbung und Sponsorenanzeigen</p> <p>Benennung einer Veranstaltung durch den Sponsor</p> <p>Product placement</p> <p>Link im Internet zu Seiten des Sponsors</p>	<p>Betriebseinnahme im steuerpflichtigen wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb</p> <p>Umsatzsteuersatz 19 %, §12 Abs. 1 UStG</p> <p>Wird <u>keine</u> Umsatzsteuer ausgewiesen, Vorlage bei KaSt/5 vor Vertragsschluss</p>	<p>Ertragsteuerpflichtige Betriebseinnahmen</p> <p>Umsatzsteuersatz 19 %, §12 Abs. 1 UStG</p> <p>Wird <u>keine</u> Umsatzsteuer ausgewiesen, Vorlage bei KaSt/5 vor Vertragsschluss</p>	<p>Keine steuerlichen Auswirkungen, wenn Summe der Umsätze der Sponsorenverträge 30.678 € jährlich nicht überschreiten</p> <p>Wird Umsatzsteuer ausgewiesen, Vorlage bei KaSt/5 vor Vertragsschluss</p>

2.2 Sponsoringmaßnahme über 30.000 € (ohne eventuelle Umsatzsteuer)

Sponsorenleistung	gemeinnütziger BgA	nicht gemeinnütziger BgA	Hoheitsbereich
<p>Nur passives Verhalten bzw. reine Duldungsleistungen der Stadt in Bezug auf die Werbemaßnahmen des Sponsors, d. h. reiner Hinweis auf die Unterstützung des Sponsors ohne besondere Hervorhebung:</p> <p>Beispiele: Bloße Namensnennung, bloßes Anbringen von Emblemen, Logos des Sponsors auf Plakaten, Veranstaltungshinweisen, Programmheften etc., ohne besondere Hervorhebungen, reine Überlassung von Namens- oder Duldungsrechten</p>	<p>Betriebseinnahme in ertragsteuerfreier Vermögensverwaltung</p> <p>Umsatzsteuersatz 7 %, § 12 Abs. 2 Ziff. 8a UStG, umsatzsteuerliche Entgelte werden hier außerhalb eines wirtschaftlichen Geschäftsbetriebs vereinbart</p> <p>Vorlage bei KaSt/5 vor Vertragsschluss</p>	<p>Ertragsteuerpflichtige Betriebseinnahmen</p> <p>Umsatzsteuersatz 19 %, §12 Abs. 1 UStG</p> <p>Vorlage bei KaSt/5 vor Vertragsschluss</p>	<p>Keine steuerlichen Auswirkungen</p> <p>Vorlage bei KaSt/5 vor Vertragsschluss</p>
<p>Aktive Mitwirkung der Stadt an Werbemaßnahmen des Sponsors:</p> <p>Beispiele:</p> <p>Hervorgehobene Hinweise auf den Sponsor oder dessen Produkte</p> <p>Produktwerbung und Sponsorenanzeigen</p> <p>Benennung einer Veranstaltung durch den Sponsor</p> <p>Product placement</p> <p>Link im Internet zu Seiten des Sponsors</p>	<p>Betriebseinnahme im steuerpflichtigen wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb</p> <p>Umsatzsteuersatz 19 %, §12 Abs. 1 UStG</p> <p>Vorlage bei KaSt/5 vor Vertragsschluss</p>	<p>Ertragsteuerpflichtige Betriebseinnahmen</p> <p>Umsatzsteuersatz 19 %, §12 Abs. 1 UStG</p> <p>Vorlage bei KaSt/5 vor Vertragsschluss</p>	<p>Begründung eines Betriebes gewerblicher Art, wenn Summe der Umsätze der Sponsorenverträge 30.678 € jährlich nachhaltig überschreiten mit der Folge von ertrag- und umsatzsteuerpflichtigen Einnahmen</p> <p>Vorlage bei KaSt/5 vor Vertragsschluss</p>