



Merkblatt über die Ausstellung von Spendenbescheinigungen und die Verwendung von Spenden

Im bürgerlichen Recht und im Steuerrecht gibt es den Begriff der „Spende“ nicht. Zivilrechtlich handelt es sich bei Spenden um Schenkungen (§ 516 Abs. 1 BGB) und im steuerrechtlichen Sinne handelt es sich um Zuwendungen (§ 10b EStG). Da der Begriff Zuwendungen gerade im Hochschulbereich mehrfach besetzt ist, wird zum besseren Verständnis hier und im entsprechenden Formular „Erklärung zur Annahme einer Spende“ durchgängig der umgangssprachliche Begriff der Spende verwandt.

Gem. § 50 EStDV i. V. m. § 10 b EStG ist die Hochschule berechtigt Spendenbescheinigungen auszustellen. Eine Anerkennung der Gemeinnützigkeit liegt nicht vor und wird für die Hochschule auch nicht benötigt.

Steuerrechtlich sind Spenden als freiwillige und unentgeltliche Geld- oder Sachspenden für einen religiösen, wissenschaftlichen, gemeinnützigen, wirtschaftlichen oder politischen Zweck definiert.

Ein Leistungstausch zwischen Spender und Empfänger der Spende ist nicht zulässig. Zuwendungen, für die eine Gegenleistung durch die Universität erbracht wird, stellen keine Spenden dar. Dabei ist es unerheblich, ob die Leistungen gleichwertig sind. Eine Aufteilung einer Zuwendung in eine Spende und einen Leistungstausch ist nicht zulässig.

Verwendung der Spende

Eine Spendenbescheinigung kann nur ausgestellt werden, wenn es sich um eine Spende zur Förderung gemeinnütziger Zwecke handelt. Forschung und Lehre sind als wissenschaftlicher Zweck gemeinnützig, soweit sie im hoheitlichen Bereich der Hochschule stattfinden.

Die Verwendung einer Spende im wirtschaftlichen Bereich [Betrieb gewerblicher Art (BgA), z.B. Auftragsforschung, Anwendung gesicherter Erkenntnisse] ist nicht zulässig. Ebenso verbietet sich die Verwendung von Spenden für repräsentative Ausgaben wie die Bewirtung von Gästen anlässlich eines Workshops oder eines Arbeitstreffens/-essens. Der allgemein gültigen Vorgabe zu einem sparsamen und wirtschaftlichen Ressourcenumgang ist gerade in diesem Bereich besonders zu berücksichtigen.

Ebenfalls nicht zulässig ist es, für die Unterstützung durch den Spender aktiv Werbung zu machen. Unschädlich ist die Veröffentlichung bzw. der Dank für die Zuwendung beispielsweise im Programm für eine Tagung oder auf der Homepage, letzteres allerdings nicht mit einem aktiven Link zum Spender, sondern maximal mit dem Firmenlogo.

Geldspenden unterliegen steuerrechtlich dem Gebot der zeitnahen Verwendung, die aktuell mit 2 Jahren, beginnend mit dem auf die Spende folgenden Kalenderjahr, vorgegeben ist.

Die Mittel stehen dem einwerbenden Hochschulmitglied für seine Aufgaben in Forschung und Lehre zur Verfügung. Geldspenden werden als Drittmittel geführt. Eingeworbene Spendenmittel unterliegen hinsichtlich ihrer Verwendung den gleichen Bestimmungen wie auch die übrigen Hochschulmittel. Für die Inanspruchnahme von Spendenmitteln sind Sonderregelungen nicht zulässig. Die Mittel sind ausschließlich zur Aufgabenerfüllung der Hochschule in ihrem hoheitlichen Bereich einzusetzen.

Verfahren zur Ausstellung einer Spendenbescheinigung

Für eine Geldspende bis 200 € ist zur steuerlichen Geltendmachung gegenüber dem Finanzamt keine Spendenbescheinigung erforderlich. Natürlich wird eine Bescheinigung ausgestellt insoweit es die/der Spendende es wünscht.

Spendenbescheinigungen werden ausschließlich vom Dez. 1.1 der Hochschulverwaltung ausgestellt. Zur Verwaltung der Mittel wird für Sie eine eigenständige Haushaltskostenstelle (HKSt) eingerichtet (für die Verwaltung von mehreren nicht zweckgebundenen Spenden reicht eine HKSt aus).

Für die Annahme der Spende bzw. für die Ausstellung der Spendenbescheinigung benötigen wir Ihre Hilfe, verwenden Sie daher das Formular zur „Annahme einer Spende“. Bitte füllen Sie es vollständig aus, fügen die notwendigen Unterlagen bei, aus den hervorgeht von wem die Spende kommt und wofür sie verwendet werden soll.

Im Formular werden alle rechtlichen Elemente abgefragt, die zur rechtlichen Einordnung einer Spende notwendig sind.

Besonderheiten bei Sachspenden

Die Annahme einer Sachspende ist nur zulässig, wenn entsprechender Bedarf besteht. Kriterium für Ihre diesbezügliche Einschätzung könnte sein, ob Sie – vorausgesetzt die finanziellen Ressourcen wären grundsätzlich vorhanden – diese Sache für einen Erwerb auswählen würden.

Wenn der Bedarf gegeben ist, sind vor Annahme der Spende mögliche Nebenkosten sowie personelle und/oder sächliche Folgekosten und deren Finanzierung zu klären. Auch Sachspenden sind ausschließlich dem hoheitlichen Bereich, d.h. den Aufgaben in Forschung und Lehre vorbehalten.

Neben der genauen Bezeichnung jeder einzelnen Sache (z.B. Art, Alter, Zustand, historischer Kaufpreis) ist der Wert im Sinne des § 10b Abs. 3 EStG anzugeben. Die steuerrechtliche Bedeutung der Angabe des Werts für den Spender ist besonders sorgfältig zu betrachten und zu beurteilen.

Steuerrechtlich ist zwischen der Sachspende aus Betriebs- oder Privatvermögen zu trennen:

aus Betriebsvermögen

Stammt die Sachspende nach den Angaben des Gebers aus dessen Betriebsvermögen, ist sie mit dem Entnahmewert (zuzüglich der bei der Entnahme angefallenen Umsatzsteuer; vgl. R 10b. 1 Absatz 1 Satz 4 EStR) anzusetzen. In diesen Fällen bedarf es außer der Bestätigung durch die/der Spendende (das Unternehmen) keiner zusätzlichen Unterlagen für die Universität.

Der Entnahmewert ist grundsätzlich der Teilwert.

- *Der Entnahmewert kann auch der Buchwert sein, wenn das Wirtschaftsgut unmittelbar nach der Entnahme für steuerbegünstigte Zwecke gespendet wird (§ 6 Absatz 1 Nummer 4 Satz 4 und 5 EStG).*
- *Der auf der Spendenbescheinigung ausgewiesene Betrag darf den bei der Entnahme angesetzten Wert nicht überschreiten.*

aus Privatvermögen

Maßgeblich ist hier der sog. „gemeine Wert“ des gespendeten Wirtschaftsguts. Dieser wird durch den Preis bestimmt, der im gewöhnlichen Geschäftsverkehr nach der Beschaffenheit

der Sache bei einem Verkauf zu erzielen wäre. Dabei sind alle Umstände, die den Preis beeinflussen, zu berücksichtigen. Ungewöhnliche oder persönliche Verhältnisse sind nicht zu berücksichtigen. Der gemeine Wert ist ein Bruttowert.

Ansonsten sind die fortgeführten Anschaffungs- oder Herstellungskosten, d.h. die um die Abschreibungen für die bisherige Nutzung verminderten Kosten des Erwerbs (soweit bekannt und nachgewiesen) als Wert anzugeben.

Da bei Spenden gebrauchter Sachen aus dem Privatvermögen häufig kein Kaufbeleg mehr vorgelegt werden kann, besteht die Möglichkeit, durch ein Gutachten den gemeinen Wert zum Zeitpunkt der Übergabe zu dokumentieren. Soweit das Hochschulmitglied, das eine Sachspende erhält, die notwendige Beurteilung vornehmen kann, bedarf es keiner Einschaltung eines externen Gutachters. In die Wertangabe fließen alle verfügbaren Informationen (z.B. Internet-Recherche nach ähnlichen Waren o. ä.) ein.

Definition und Abgrenzung Sponsoring

Sponsoring beruht auf einer vertraglichen Vereinbarung, bei der ein Partner Geld oder einen geldwerten Vorteil gewährt und die Universität als Leistung eine an diesem Partner ausgerichtete Unterstützung in der Regel seiner Kommunikations- und Marketingziele schuldet.

Im Gegensatz zur Spende ist beim Sponsoring ein Leistungsaustausch gegeben.

Beim Sponsoring stehen sich die messbaren Leistungen i.d.R. nicht gleichwertig gegenüber. Zielsetzung des Sponsorings für den Sponsor sind einerseits die Förderung eines bestimmten Zwecks und andererseits sog. „kommunikative Zwecke“, beispielsweise die Kontakt- und Imagepflege oder die Steigerung des Bekanntheitsgrads. Sponsoring beinhaltet – neben dem wirtschaftlichen Interesse – einen gewissen, in seinem Umfang nicht erkennbaren Förderanteil.

Für Sponsoring-Verträge liegen im Dez. 1.1 Muster bereit und können bei Herrn Christoph Jochindke, jochindke@uni-wuppertal.de, Telefonnebenstelle 2326, angefordert werden. Sie werden durch den Kanzler rechtsverbindlich für die Hochschule gezeichnet.

Steuerrechtlich gelten für die Universität: die im Zusammenhang mit dem Sponsoring erhaltenen Leistungen als steuerpflichtige Einnahmen aus wirtschaftlichem Geschäftsbetrieb, dies ist der typischer Weise dann der Fall, wenn z. B. der Sponsor wirtschaftliche Vorteile, die insbesondere in der Verbreitung und Erhöhung seines Ansehens liegen können, für sein Unternehmen anstrebt und die Universität dafür aktiv wirbt. Eine solche Aktivität ist bereits gegeben, wenn in Tagungsmappen Werbemittel (z.B. Kugelschreiber o.ä.) des Sponsors verteilt werden oder ein aktiver Link auf der Homepage für eine Veranstaltung gesetzt wird, bei der die Universität (Mit-) Veranstalter ist.

Für diese Sponsoringmaßnahmen dürfen **keine** Spendenbescheinigungen ausgestellt werden. Die Einnahmen unterliegen in vollem Umfang der derzeit 19%-igen Umsatzsteuer und sind auch ertragssteuerlich relevant.

Ansprechpartnerinnen

Sie haben noch Fragen, Sie benötigen weitere Informationen?

Bitte wenden Sie sich an:

Herrn Jürgen Regneri, regneri@uni-wuppertal.de, Telefonnebenstelle -5530

Oder im Vertretungsfall an:

Frau Silvia Wulf, swulf@uni-wuppertal.de, Telefonnebenstelle 3545