

Information zum Sponsoring für Kunst- und Kulturveranstalter und dessen steuerliche Behandlung

Was versteht man unter Kultursponsoring?

Unter Sponsoring versteht man die Bereitstellung von Geld, Sach- oder Dienstleistungen eines Unternehmens oder eines Unternehmers für einen Kulturveranstalter.

Ein Wirtschaftsunternehmen stellt als Sponsor auf der Basis eines Vertrages Mittel zur Verfügung und als Gegenleistung wird der Kulturveranstalter als Werbeträger tätig (siehe auch EStR 2000 Rz 1643). Dabei ist es wichtig, nicht nur die Leistung des Sponsors, sondern auch die Gegenleistung des Kulturveranstalters genau zu definieren und vertraglich festzuhalten.

Welche Leistungen können einem Sponsor angeboten werden?

- Platzierung des Firmenlogos des Sponsors auf Drucksorten, in Katalogen, in Programmheften, in Presseausendungen etc.
- Nennung des Sponsors auf der Homepage, auf Sponsorentafeln, auf Großbildern etc. des Kulturbetriebs
- Erwähnung des Sponsors in öffentlichen Reden, in Interviews, in Pressekonferenzen etc.
- Werbeflächen im Bereich der Veranstaltung bzw. im Foyer, Hängung von Sponsorenfanen
- Exklusiver Partner von Zeitungsbeilagen, Partner von Werbespots auf Monitoren, im Bereich der U-Bahn-Infoscreen, Kino- und Fernsehwerbung
- Paketlösungen in deren Rahmen neben Werbeleistungen auch exklusive Veranstaltungen im Rahmen von Premieren, Voreröffnungen, Künstlertreffen, die Überlassung von Räumlichkeiten zu vergünstigten Konditionen uä. angeboten werden.

Worin können Leistungen eines Sponsors bestehen?

Die Leistungen eines Sponsors können entweder in Geld, in Sachleistungen oder durch die Erbringung von Dienstleistungen und Know-How erbracht werden. So kann etwa ein Möbelhaus Büroausstattung zur Verfügung stellen, ein Computervertrieb Hardware in Form von Computern, aber auch Software durch die Bereitstellung von EDV-Experten oder etwa eine Werbeagentur einen Teil ihrer Beratungsleistungen als Sponsorleistung einbringen.

Es gibt sehr viele Formen der Unterstützung durch Wirtschaftsunternehmen und viele mögliche Gegenleistungen des Kulturveranstalters. Der Phantasie sind hier keine Grenzen gesetzt.

Sind Zahlungen eines Sponsors bei diesem steuerlich absetzbar?

Sponsorzahlungen eines Unternehmers sind für diesen Betriebsausgaben, wenn der gesponserte Kulturbetrieb eine angemessene Werbeleistung erbringt.

Die Absetzbarkeit von Sponsorleistungen im Kulturbereich ist in den Einkommensteuerrichtlinien (Rz 1643) bzw. in den Vereinsrichtlinien (Rz 157 ff) geregelt: Danach ist Kultursponsoring absetzbar, wenn die Veranstaltung eine entsprechende (regionale) Breitenwirkung hat und die Tatsache der Sponsortätigkeit angemessen in der Öffentlichkeit bekannt gemacht wird. Die Abzugsfähigkeit als Betriebsausgaben ist beispielsweise gegeben, wenn der Sponsor nicht nur anlässlich der Veranstaltung (etwa im Programmheft oder auf Plakaten) erwähnt wird, sondern auch in der kommerziellen Firmenwerbung auf die Sponsortätigkeit hingewiesen oder darüber in den Massenmedien redaktionell berichtet wird. Die Größe der Kultureinrichtung ist nicht maßgeblich, auch kleine Kulturveranstalter können mit steuerlicher Wirkung beim Sponsor bedacht werden.

Es empfiehlt sich, neben dem Abschluss eines schriftlichen Sponsorvertrags die erbrachte Werbeleistung gut zu dokumentieren und Beweisstücke dafür wie Fotos, Zeitungsausschnitte, Tonmitschnitte, etc. für eine allfällige Nachfrage des Finanzamtes aufzubewahren.

Worauf muss bei dem Sponsorvertrag geachtet werden?

Ort und Zeitpunkt der Erbringung sowie des Umfangs angemessener Werbeleistungen und die jeweiligen Leistungsverantwortlichkeiten sollten unbedingt schriftlich und detailliert festgehalten werden, um später keine Unklarheiten oder Streitigkeiten aufkommen zu lassen.