

Sekretariat der Ständigen Konferenz
der Kultusminister der Länder
in der Bundesrepublik Deutschland

Stellungnahme der Kultusministerkonferenz zur Verbesserung der Rahmenbedingungen im Bereich des Kultursponsoring

(Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 07.11.2002)

Die private Kulturförderung verlässlich in Zahlen darzustellen, ist kaum möglich: Zuwendungen aus privaten Haushalten und Unternehmungen wie auch Werbung mit Kultur sind zahlenmäßig nur schwer zu erfassen. Nach offiziellen Schätzungen belief sich die öffentliche Kulturförderung im Jahre 2000 auf 6 Mrd. €. Die private Kulturförderung, die sich aus Geldern aus Sponsoring, Stiftungen und Spenden zusammensetzt, trug im gleichen Jahr gut 500 Mio. € zur gesamten Kulturförderung bei. Davon tragen die Unternehmen nach aktuellen Schätzungen des Arbeitskreises Kultursponsoring mit rund 350 Mio. € den größten Teil der privaten Kulturfinanzierung in Form von Sponsoring bei. Damit leisten die Unternehmen als Kultursponsoren einen wichtigen und nicht mehr wegzudenkenden Beitrag zur kulturellen Vielfalt in Deutschland. Kultursponsoring ist als ein notwendiger Teil des Engagements der Wirtschaft für die Kultur anzusehen. Angesichts der knapper werdenden öffentlichen Kassen muss es das Ziel sein, verstärkt Unternehmen zu gewinnen, die sich engagieren und einen komplementären Beitrag zur Kulturfinanzierung beisteuern. Dies erfordert aber einen betriebswirtschaftlichen und steuerrechtlichen Rahmen, in der die vielfältigen Kooperationen zwischen Kultur, Wirtschaft und öffentlicher Hand gedeihen können.

Die Diskussion um die Verbesserung der Rahmenbedingungen für das Kultursponsoring hat auch bereits auf europäischer Ebene begonnen. Eine erste von der Europäischen Union veranstaltete Konferenz zum Thema Mäzenatentum und Kultursponsoring am 08./09.04.2002 in Madrid hat gezeigt, dass trotz unterschiedlicher nationaler, kultureller und wirtschaftlicher Hintergründe die Teilnehmerinnen und Teilnehmer überwiegend übereinstimmen, gesetzliche, steuerliche und verwaltungsmäßige Rahmenbedingungen zu schaffen, die Kultursponsoring und Mäzenatentum begünstigen.

In Deutschland sind die Grundsätze für die **ertragsteuerliche Behandlung des Sponsoring** bundeseinheitlich durch den Bundesminister der Finanzen in einem Erlass vom 18.2.1998 geregelt. Dieser Erlass enthält eine angemessene Begünstigung des Sponsoring auf ertragsteuerlicher Seite; Schwierigkeiten bereitet hier in erster Linie die Rechtsunsicherheit bei der steuerlichen Behandlung der Zuwendung bei den steuerbegünstigten Empfängern.

Unter Hinweis auf diese Ausgangslage und die aktuellen steuerpolitischen Überlegungen unterbreitet die Kultusministerkonferenz folgende **Vorschläge zur Verbesserung der fiskalischen Rahmenbedingungen für das Kultursponsoring** in Deutschland:

- 1. Anhebung der steuerlichen Abzugsgrenzen für Spenden und für Zuwendungen an gemeinnützige Körperschaften als Sonderausgaben von bisher 5 bis 10 % auf einheitlich 20 % bei privaten Einkünften und von bisher 2⁰/₀₀ auf 4 ⁰/₀₀ bei den Unternehmensumsätzen einschließlich der im Kalenderjahr aufgewendeten Löhne und Gehälter (§ 10 b Einkommensteuergesetz).** Die für die Kultureinrichtungen steuerfreien Spenden können von den Unternehmen nur bedingt steuerlich als Sonderausgaben geltend gemacht werden. Die Spendenbereitschaft der Unternehmen

könnte durch Anhebung der steuerlichen Abzugsgrenzen für Spenden als Sonderausgaben erhöht werden. Auch würde dadurch die problematische Abgrenzung von Betriebsausgaben für Sponsoring und Spenden auf der Geberseite in größerem Umfang unbedeutend, da eine Zuwendung bis zur Höhe der Spendenabzugsfähigkeit steuerlich jedenfalls als Spende geltend gemacht werden kann.

2. **Erhöhung der Besteuerungsgrenze für den wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb von derzeit 30.678 € auf 50.000 €** Die Erhöhung der Besteuerungsgrenze für den wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb von derzeit 30.678 € auf mindestens 50.000 € kann insbesondere für kleinere Kulturinstitutionen hilfreich sein, da in diesem Rahmen zumindest kleinere Sponsoringbeträge auch bei aktiver Mitwirkung von Seiten des Empfängers steuerfrei bleiben.
3. **Hinsichtlich der Umsatzsteuer wird unter Berücksichtigung der EU-rechtlichen Bindungen eine Prüfung angeregt, ob nicht die Sponsoring-Fälle, die von dem Sponsoring-Erlass erfasst werden, auf Antrag auch von der Umsatzsteuer befreit werden können.** Der Sponsoring-Erlass regelt ausschließlich die Körperschaftsteuer; Fragen der Umsatzsteuer werden ausgelassen. Dadurch entsteht auf Seiten der Sponsoring-Empfänger große Unsicherheit, ob eine bloße Danksagung zu einem umsatzsteuerlichen Leistungsaustausch führt und wann sie den ermäßigten Umsatzsteuersatz in Höhe von 7 % (§12 Abs.2 UStG) und wann sie den vollen Umsatzsteuersatz in Höhe von 16 % (§ 12 Abs. 1 UStG) zu zahlen haben.
4. **Weitergehende Verpflichtung der Finanzämter zur Erteilung verbindlicher Auskünfte durch Ergänzung des so genannten 87er-Schreibens** (BMF-Schreiben vom 24.6.1987, IVA 5 S – 0430 – 9/87, BStBl. I 1987, S. 476). In dem Sponsoring-Erlass wird festgestellt, dass den steuerbegünstigten Empfängern nur dann eine Steuerpflicht für steuerpflichtige wirtschaftliche Geschäftsbetriebe entsteht, wenn sie an den Werbemaßnahmen des Sponsors aktiv mitwirken oder auf den Sponsor unter besonderer Hervorhebung hinweisen. Besondere Schwierigkeiten und Unsicherheiten im Hinblick auf die Steuerschuld birgt hier die Frage, wann die Empfänger an weiterführenden Werbemaßnahmen des Sponsors aktiv mitwirken bzw. wann eine besondere Hervorhebung gegeben ist und ihnen damit eine Steuerpflicht entsteht. Der Gefahr, dass im Zuge der Steuerprüfungen erhebliche Nachzahlungen nebst Zinsen geleistet werden müssen, und der damit verbundenen Rechtsunsicherheit kann bereits dadurch begegnet werden, dass die Finanzbehörden angehalten werden, in diesen Fällen verbindliche Auskünfte zu erteilen.
5. **Erweiterung des „Kulturportals“ (www.kulturportal-deutschland.de) um ein Kapitel „Kultursponsoring“** mit Informationen und Links zu einschlägigen Internet-Seiten unter Beteiligung u.a. des Arbeitskreises Kultursponsoring, des Deutschen Städtetages und des Bundesverbands Deutscher Stiftungen. Durch weitere Informationen, Hilfestellungen und Darlegung der steuerrechtlichen Probleme beim Kultursponsoring kann den Kultureinrichtungen der Umgang mit Sponsoring erheblich erleichtert werden.
6. **Beteiligung der Kultusministerkonferenz an der Erstellung allgemeiner „Grundsätze für Sponsoring, Werbung, Spenden und mäzenatische Schenkungen zur Finanzierung öffentlicher Aufgaben“ durch die Innenministerkonferenz.** Diese Leitlinien sollen zunächst für die Wahrnehmung öffentlicher Aufgaben durch die unmittelbare Bundes- und Landesverwaltung gelten; es wird jedoch angeregt, die Übernahme dieser Grundsätze den Körperschaften des öffentlichen Rechts zu empfehlen. Es ist sicherzustellen, dass die Bereitschaft der privaten Kulturfinanzierung nicht durch den Erlass dieser Leitlinien beeinträchtigt wird. Dies könnte durch die Aufnahme einer Kulturprivilegierung und ggf. durch die Erstellung eigener Sponsoring-Leitlinien für den Kulturbereich erreicht werden. Die Kultusministerkonferenz sollte deshalb an der weiteren Bearbeitung der „Grundsätze“ beteiligt werden.