



## **Bandenwerbung & Vermögensverwaltung**

Bandenwerbung: Steuerfreie Vermögensverwaltung oder wirtschaftlicher Geschäftsbetrieb?

Stand: 03.06.2021

Der Ärger, den der Deutsche Fußballbund (DFB) mit der Finanzverwaltung hat, rückt das Thema „Bandenwerbung“ wieder in den Blickpunkt. Ist es eine steuerfreie Vermögensverwaltung oder ein steuerpflichtiger wirtschaftlicher Geschäftsbetrieb? Weil Bandenwerbung nicht nur beim DFB, sondern bei vielen Vereinen eine Rolle spielt, bringen wir Licht ins Dunkel.

### **Bandenwerbung kann aktive oder passive Werbung sein**

Vereinfacht ausgedrückt kann Bandenwerbung aktive und passive Werbung sein. Hält sich der Verein aus der Abwicklung des Werbegeschäfts heraus (**passiv**), liegt eine Vermögensverwaltung vor. Je mehr er sich jedoch einmischt (**aktiv**), desto weiter geht es in Richtung eines steuerpflichtigen wirtschaftlichen Geschäftsbetriebs.

Hier liegt das Problem des DFB: Er hatte die Werbeflächen an einen Sportvermarkter verpachtet, diesem aber nach Auffassung der Finanzverwaltung bei der Auswahl der Werbepartner keinen Spielraum gelassen.

### **Vermögensverwaltung Überlassung der Werberechte**

Bei der Zuordnung der Einnahmen zur Vermögensverwaltung kommt es darauf an, dass der Verein nicht selbst nennenswert wirtschaftlich aktiv wird. Zur bloßen Überlassungsleistung dürfen keine wesentlichen Sonderleistungen hinzukommen. Eine Zuordnung der Werbe- und Sponsoringeinnahmen zur Vermögensverwaltung kommt folglich nur in drei Fällen in Frage:

1. Der Verein verpachtet die Werberechte an einen eigenständigen Unternehmer, der sich um die Verwertung also die Akquise von Werbekunden, die Erstellung und Platzierung der Werbemittel usw. kümmert.
2. Der Verein gestattet einem Sponsor die Nutzung von Namen und Logo. Die werbliche Verwertung geschieht dann durch das Unternehmen selbst (AEAO, Nr. 9 Abs. 1 zu § 64).
3. Der Verein weist z.B. auf Plakaten, Veranstaltungshinweisen oder in Ausstellungskatalogen auf die Unterstützung durch einen Sponsor lediglich hin. Dieser Hinweis kann unter Verwendung des Namens, Emblems oder Logos des Sponsors erfolgen, aber ohne besondere Hervorhebung (AEAO, Nr. 9 Abs. 2 zu § 64).

**Wichtig** Diese Form des passiven Sponsorings fällt in jedem Fall in den steuerpflichtigen wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb, wenn für ein konkretes Produkt geworben wird oder auf die Internetseiten des Sponsors verlinkt wird.

### **Verpachtung von Werberechten**

Wie bei anderen wirtschaftlichen Geschäftsbetrieben (z. B. der Gastronomie) ist auch bei der Werbung eine Verpachtung möglich. Vorausgesetzt ist immer, dass der Pächter die eigentliche Werbeleistung erbringt und die Leistung des Vereins sich im Wesentlichen auf eine Duldung der Werbung beschränkt.

### **Bedingungen für die Zuordnung zur Vermögensverwaltung**

Bei der Verpachtung ist für die Zuordnung zur Vermögensverwaltung entscheidend, dass dem Pächter ein angemessener Gewinn bleibt (AEAO Nr. 9 zu § 67a). Als angemessen gilt ein Gewinn von mindestens 10% des Umsatzes.

Voraussetzung für eine vermögensverwaltende Verpachtung ist außerdem, dass der wirtschaftliche Geschäftsbetrieb insgesamt verpachtet wird. Eine Verpachtung von Werberechten an verschiedene Pächter wäre also keine Vermögensverwaltung mehr.

### **Verein darf sich an Verwertung der Rechte nicht nennenswert beteiligen**

In die Vermögensverwaltung fällt die Verpachtung nur dann, wenn sich der Verein bei der Verwertung der Rechte nicht nennenswert aktiv beteiligt. Deswegen kommt für die Werbung auf Sportkleidung und Sportgeräten die Zuordnung zur Vermögensverwaltung nicht in Frage. Hier tragen ja die Sportler wesentlich zur werblichen Wirkung bei.

### **Verpachtung von Werbeflächen und Lautsprecherwerbung**

Nach AEAO Nr. 9 zu § 67a ist die entgeltliche Übertragung des Rechts zur Nutzung von Werbeflächen in vereinseigenen oder gemieteten Sportstätten (z. B. an der Bande) an Werbeunternehmer als steuerfreie Vermögensverwaltung zu beurteilen. Dabei darf der Verein aber keine Einzelwerbeverträge mit verschiedenen Kunden schließen (BFH, Urteil vom 13.03.1991, Az. I R 8/88), sondern er muss die Werberechte müssen insgesamt übertragen.

**PRAXISTIPP** Das gilt auch, wenn der Verein bei der Übertragung von Werberechten lt. Vertrag auf Werbetexte, farbliche Gestaltung, Wahl des Untergrundmaterials oder Art der Befestigung der Werbeträger Einfluss nimmt. Es handelt sich hier nämlich lediglich um Bestimmungen, die die Ausübung des Rechts durch den Pächter begrenzen. Unschädlich ist es auch, wenn der Verein bestimmte Werbeinhalte (etwa für Tabakwaren oder Alkohol) ausschließt.

Das darf aber nicht so weit gehen, dass der Pächter in der Verwertung der Werberechte wesentlich eingeschränkt ist. Insbesondere bei der Akquise der Werbekunden darf der Verein nicht eingreifen, indem er bestimmte Kunden ablehnt oder selbst Kunden vermittelt.

Für Lautsprecherwerbung in Sportstätten gilt das Gleiche wie für die Bandenwerbung. Die entgeltliche Übertragung des Rechts zur Nutzung von Lautsprecheranlagen zu Werbezwecken an Werbeunternehmer wird als Vermögensverwaltung eingestuft.

### **So sieht es die Rechtsprechung**

Die Rechtsprechung hat bestätigt, dass die Verpachtung wirtschaftlicher Geschäftsbetriebe ebenso wie die von Gewerbebetrieben grundsätzlich der Vermögensverwaltung zuzurechnen ist (BFH, Urteil vom 07.11.2007, Az. I R 42/06). Das gilt auch für das Werbegeschäft.

### **Bedingungen für Einstufung als Vermögensverwaltung**

Dass die Verpachtung von Werberechten als Vermögensverwaltung behandelt werden kann, hat die Rechtsprechung seit langem bestätigt (für den Fall des Anzeigengeschäfts in einer Zeitschrift: BFH, Urteil vom 08.03.1967, Az. I 145/64). Daran ist aber die Anforderung geknüpft, dass der Verein sich an der Anzeigenwerbung und -verwaltung nicht beteiligt.

Auch das Dulden von Werbung auf Sportveranstaltungen kann Gegenstand eines wirtschaftlichen Geschäftsbetriebs sein (BFH, Urteil vom 07.11.2007, Az. I R 42/06). Der Begriff des wirtschaftlichen Geschäftsbetriebs ist aber nach Auffassung des BFH weit auszulegen und umfasst jegliche unternehmerische Tätigkeit. Aufgrund der gebotenen umsatzsteuerrechtlichen Betrachtungsweise liegt eine Vermögensverwaltung nur bei nichtunternehmerischen (nichtwirtschaftlichen) Tätigkeiten vor.

### **Rechtsprechung ist härter als Verwaltung**

Die Rechtsprechung legt die Regelungen zum passiven Sponsoring und der Überlassung der Werberechte enger aus als die Finanzverwaltung. Die Aussichten, in der Auseinandersetzung mit dem Finanzamt vor dem Finanzgericht Recht zu bekommen, sind deswegen gering.

### **Worin lag der Fehler des DFB?**

Vor diesem Hintergrund lässt sich einordnen, was beim DFB falsch gelaufen war: Die vertragliche Vereinbarung bzw. die Eingriffsmöglichkeiten behinderten den Pächter der Werberechte an deren freier Verwertung. Seine unternehmerische Eigenständigkeit stand damit in Frage. Der DFB betrieb insofern das Werbegeschäft selbst. Damit lag keine Vermögensverwaltung mehr vor, sondern ein wirtschaftlicher Geschäftsbetrieb („Werbung in Eigenregie“).



**FAZIT** Die steuerbegünstigte Zuordnung des Werbegeschäfts durch eine Verpachtung der Rechte steht nicht in Frage. Ihr Verein hat dabei durchaus auch die Möglichkeit, Einfluss auf Art und Inhalt der Werbung zu nehmen, die ein Pächter der Werberechte in Ihrer Halle oder dem Stadion platziert. Das darf aber nicht so weit gehen, dass Sie den Pächter bei der Akquise beschränken oder ihm gar Vorgaben bei der Kundenauswahl machen.