

## **Im Unterschied zu Spenden, wo die steuerliche Absetzbarkeit für...**

Im Unterschied zu Spenden, wo die steuerliche Absetzbarkeit für Unternehmen im Gefolge der Hochwasserkatastrophe deutlich erleichtert wurde, werden beim Sponsoring nach wie vor recht strenge Maßstäbe angelegt. Sponsorzahlungen sind prinzipiell nur dann (als Betriebsausgaben) abzugsfähig, wenn sie nahezu ausschließlich auf betrieblicher Grundlage erfolgen und wenn im Gegenzug eine - auch juristisch erzwingbare - verpflichtende Gegenleistung des Gesponserten vereinbart ist.

Noch wichtiger als bei Spenden ist beim Sponsoring vor allem eine breite öffentliche Werbewirkung als Voraussetzung für die Absetzbarkeit. Dazu muss etwa die vereinbarte Reklame eindeutig erkennbar sein. Berichte in den Massenmedien sind für den Nachweis der Werbewirkung hilfreich. Wenn ein Verein dagegen nur einem kleinen Personenkreis bekannt ist, fehlt es eindeutig an der "typischen Werbewirksamkeit", hat der Verwaltungsgerichtshof z.B. in einem Fall wegen Sportanzügen für einen Tennisverein entschieden (VwGH 25.1.1989, 88/13/0073).

Wegen dieser verlangten breiten Werbewirkung ist es noch schwieriger, Sponsorgelder im Bereich der Kultur steuerlich zu nutzen, weil hier der Firmenname oft nicht in den Veranstaltungsnamen aufgenommen werden kann. Wird ein Sponsor nur bei einer Veranstaltung erwähnt oder im Programmheft abgedruckt, ist das im Regelfall zu wenig. Dagegen gibt es kaum Probleme, wenn Sponsorzahlungen etwa für Opern-, Theater- oder Kinovorführungen in der Öffentlichkeit bekannt gemacht werden - z.B. durch Betonung in der Firmenwerbung selbst. Wolfgang **Ellmaier**

persönlichen Information. Eine Weiterverwendung und Reproduktion über den persönlichen Gebrauch hinaus ist nicht gestattet.