Downloaded from Blogs on 30.10.2026 01:33h

By PwC Deutschland | 10. März 2026

Körperschaftsteuer: unbeschränkter Betriebsausgabenabzug von Sponsorengeldern

Ein gemeinnütziger Verein, der seinem Sponsor in einem Sponsoringvertrag das Recht einräumt, die Sponsoringmaßnahme im Rahmen von dessen Werbung zu vermarkten und auf dessen Produkten auf die Förderung des Vereins hinzuweisen, erbringt eine Gegenleistung für die empfangenen Sponsorengelder. Damit liegen (unbeschränkt) abzugsfähige Betriebsausgaben und keine Spenden vor. Es ist betriebswirtschaftlich nachvollziehbar, dass die Gegenleistung für diese Leistung des Vereins nach der Anzahl der verkauften Produkte (Absatzmenge) bemessen wird. Die Vereinbarung, dass die Sponsorengelder auch nach Fälligkeit erst auf Anforderung durch den gemeinnützigen Verein vom Sponsor zu zahlen und bis dahin lediglich zu einem geringen Zinssatz zu verzinsen sind, führt nicht zu einer vGA. Dies hat das Finanzgericht Hamburg in einem aktuellen Urteil entschieden.

Downloaded from Blogs on 30.10.2026 01:33h

Sachverhalt

Die Beteiligten stritten über die steuerliche Berücksichtigung von Sponsoring-Aufwendungen. Klägerin war eine GmbH. 2011 schloss die Klägerin mit einem als gemeinnützig anerkannten Verein einen Sponsoringvertrag. Die Klägerin verpflichtete sich darin, den Verein u.a. durch einen Mindestbetrag pro veräußertem Produkt zu unterstützen. Im Gegenzug gestattete der Verein der Klägerin die Nutzung des Vereinsnamens sowie der Vereinsembleme und -logos in allen Medien, um auf ihre Förderung des Vereins hinzuweisen. Ab 2017 wurde dem Verein von der Klägerin erlaubt, ihre Vertragsmarken unentgeltlich zu nutzen.

Das Finanzamt gelangte zu der Auffassung, dass die geltend gemachten Aufwendungen aus dem Sponsoringvertrag nicht als sonstige Betriebsausgaben unbeschränkt abzugsfähig seien, sondern es sich vielmehr um Betriebsausgaben in Form von Spenden handele, die vorliegend als verdeckte Gewinnausschüttung (vGA) zu qualifizieren seien, da sie durch ein besonderes Näheverhältnis zu dem Spendenempfänger veranlasst seien.

Die Klägerin machte demgegenüber geltend, dass die Gegenleistung des Vereins insbesondere darin zu sehen sei, dass ihr, der Klägerin, das Recht eingeräumt werde, das Sponsoring als solches zu Werbezwecken öffentlichkeitswirksam darzustellen, insbesondere also mit den (gemeinnützigen) Projekten des Vereins zu werben. Im Gegenzug weise der Verein u.a. auf Plakaten, durch Berichterstattung (in Zeitung, Rundfunk, Internet und /oder TV) auf die Unterstützung durch sie hin.

Richterliche Entscheidung

Das Finanzgericht Hamburg gab der Klägerin recht.

Nach Ansicht des Senats hat der Beklagte zu Unrecht die geltend gemachten Sponsoringaufwendungen als Spenden qualifiziert und den unbeschränkten Betriebsausgabenabzug versagt, denn die Klägerin habe die Sponsoringaufwendungen getätigt, um daraus eigenen betrieblichen Nutzen zu ziehen.

Der Senat sah als auslösendes Moment für das Sponsoringengagement der Klägerin die von ihr vorgetragenen kaufmännischen Gründe. Es sei der Klägerin um die Entwicklung einer „Fördermarke“ gegangen, um auf Seiten der Konsumenten Kaufanreize zu schaffen und eine erhöhte Preisbereitschaft zu erreichen sowie um von Seiten der Großkunden Unterstützung bei Werbemaßnahmen und Produktplatzierungen zu erhalten.

Durch das Sponsoring des in den Anbauländern der Grundstoffe tätigen Vereins gelinge es der Klägerin, eine thematische Verknüpfung zu ihren Produkten herzustellen.

Indem die Klägerin für jedes verkaufte Produkt dem Verein einen Sponsoringbetrag zur Verfügung stelle, erfülle sie das dem Konsumenten gegebene Markenversprechen, dass der Konsum „hilft“. Dadurch trage die Klägerin nicht zuletzt auch der zunehmenden gesellschaftlichen Erwartungshaltung Rechnung, wonach Unternehmen im Rahmen einer Corporate Social Responsibility gemeinnützige Projekte zum Wohle der Allgemeinheit förderten. Die Gegenleistung liege darin, dass der Verein dulde, dass die Klägerin auf ihren

Downloaded from Blogs on 30.10.2026 01:33h

Produkten und den entsprechenden Internetseiten öffentlichkeitswirksam auf die Förderung und die Produkte der Klägerin hinweise.

Der Klägerin stehe auch der geltend gemachte Vorsteuerabzug aus den Rechnungen des Vereins zu, da der Verein sonstige Leistungen erbracht habe.

Eine verdeckte Gewinnausschüttung liege nicht vor, da Vertragsinhalt und Vertragsdurchführung einem Fremdvergleich standhielten. Die Verhandlungssituation des gemeinnützigen Vereins ist bei der Vereinbarung der Höhe der Verzinsung fälliger Beträge aufgrund des Gebots der zeitnahen Mittelverwendung geschwächt. Die Vereinbarung einer geringen Verzinsung der fälligen, aber noch nicht abgerufenen Beträge ist daher nicht zu beanstanden; dies gilt auch unter dem Gesichtspunkt des Margenteilungsgrundsatzes.

Fundstelle

Finanzgericht Hamburg, Urteil vom 13. November 2025 (2 K 67/23); siehe den Newsletter ~~3~~4/2025 des Finanzgerichts.

Eine englische Zusammenfassung dieses Urteils finden Sie **hier**.

Schlagwörter

Betriebsausgabenabzug, Gemeinnützigkeit, Körperschaftsteuerrecht, Sponsoring, vGA