



Kunststiftungen waren bisher samt Sponsorenbeiträgen von der Mehrwertsteuerpflicht befreit. Das könnte sich künftig ändern. Im Bild eine Ausstellung in der Kunsthalle Zürich.

Aufgepasst auf die Fallstricke

Sponsoring Wegen einer geplanten Praxisänderung droht gemeinnützigen Institutionen im Kunstbereich die Mehrwertsteuer. Das dürfte künftig zu Mindereinnahmen für die Kunst führen.

CHRISTIAN AMMANN UND ROLF SCHILLING

Eine im Kunstbereich engagierte gemeinnützige Organisation ist von der Einkommens- und Vermögenssteuer befreit. Das galt bisher auch bei der Mehrwertsteuer (MwSt.), es sei denn, es wurde beispielsweise nebenbei noch ein Restaurant betrieben. Die Hauptabteilung Mehrwertsteuer der Eidgenössischen Steuerverwaltung (ESTV) beabsichtigt nun aber eine Änderung ihrer Praxis, indem Sponsoring nicht mehr als Bekanntmachungsleistung, die von der Mehrwertsteuer ausgenommen war, aufgefasst wird. Was bedeutet dies konkret?

Unter Sponsoring wird eine Bekanntmachung verstanden, bei der nicht nur ein Geld- oder Sachbeitrag eines Gönners im Rahmen einer Veranstaltung unter Nennung und Loben desselben verdankt wird, sondern in der auch auf spezifische Produkte und Dienstleistungen des Sponsors hingewiesen wird. Ab dem 1. Januar 2014 sollen solche Anpreisungen aber als steuerbare Werbedienstleistungen erfasst werden.

Die engere Definition des gesetzlichen Begriffs Bekanntmachungsleistung durch die ESTV kann auch für die im Kunstbereich tätigen gemeinnützigen Stiftungen und Vereine zum Problem werden. Haben diese im Jahr 2013 auch Werbeleistungen erbracht und damit 150 000 Franken oder mehr erwirtschaftet, müssen sie dem Sponsor ab dem 1. Januar 2014 für solche Leistungen die MwSt. zum Satz von 8 Prozent in Rechnung stellen und den Steuerbetrag der ESTV abliefern. Dies führt im Resultat zu Mindereinnahmen für die Kunst, denn Sponsoren haben in der Regel ein fixes Budget und sind oft nicht gewillt, ihre Leistungen aufgrund einer Mehrwertsteuerbelastung der gemeinnützigen Organisation zu erhöhen. Das gilt insbesondere für Banken und Versicherungen, welche die ihnen belastete MwSt. nur zu einem geringen Teil als Vorsteuer geltend machen können.

Unwillkommene Praxisänderung der ESTV

In diesem Umfeld kommt die MwSt.-Änderung, die gemäss dem Entwurf einer Praxismitteilung der ESTV per 1. Januar 2014 in Kraft treten soll, höchst unwillkommen. Im nachstehenden Beispiel einer gemeinnützigen Stiftung (Kunststiftung) mit Sitz in Basel werden die mehrwertsteuerlichen Fallstricke aufgezeigt: Die Kunststiftung veranstaltet drei Sonderausstellungen im Jahr. Ihr Budget pro Anlass beträgt jeweils rund 175 000 Franken. Sie finanziert diese Ausstellungen zu einem Drittel mit Spenden und Subventionen und zu zwei Dritteln mit Sponsorenbeiträgen, die mit einer pauscha-

len Summe vereinbart werden. Die Kunststiftung schaltet Inserate, in denen auch auf den Sponsor und dessen Produkte hingewiesen wird.

Die Kunststiftung war nicht mehrwertsteuerpflichtig, denn das Sponsoring stellte Teil ihrer Bekanntmachungsleistungen dar und war damit von der MwSt. ausgenommen. Sie konnte deshalb auch die Sponsorenbeiträge ohne MwSt. in Rechnung stellen und musste diese nicht versteuern, obschon ihre Inserate offensichtliche Werbeleistungen waren. Das soll sich nach dem Willen der ESTV nun aber ändern: Wird die Kunststiftung also mehrwertsteuerpflichtig? Und wenn ja, ab wann?

Steuerliche Beurteilung der Erträge

Bis zum 31. Dezember 2009 musste die Kunststiftung grundsätzlich sämtliche Sponsorenbeiträge mit MwSt. abrechnen. Mit der Einführung des neuen MwSt.-Gesetzes per 1. Januar 2010 waren sämtliche Bekanntmachungsleistungen, welche von einer oder an eine gemeinnützige Organisation erbracht werden, von der Steuer ausgenommen. Selbst die Institution, die in ihren Publikationen gegen ein marktübliches Entgelt ein Inserat platzierte, hatte diese Werbeleistung gemäss Art. 21 Abs. 2 Ziff. 27 MwSt.-Gesetz nicht zu versteuern.

Nun will die ESTV diese Entwicklung teilweise rückgängig machen: Im Entwurf Praxisänderung der MwSt.-Info «Steuerobjekt» vom 29. Juli 2013 wird neu festgelegt, dass keine von der Steuer ausgenommene Bekanntmachungsleistung vorliegt, wenn ohne Bezug zum Sponsorenverhältnis für die Leistungen eines Unternehmens geworben wird. Mit anderen Worten: Ein Verdanken des Beitrags mit Nennung des Namens und der Geschäftstätigkeit sowie Hinweis auf die Kernkompetenz des Sponsors ohne Bezug auf dessen Produkte ist nach wie vor ausgenommen, jede Anpreisung von anderen Leistungen des Sponsors ist hingegen Werbung, somit steuerbar.

Insbesondere von der MwSt. ausgenommen ist der Hinweis auf die Unterstützung durch die Sponsoren mittels Verlinkung auf der Homepage der Kunststiftung. Aufgrund des Selbstveranlagungsprinzips im MwSt.-Recht muss die Kunststiftung selbst prüfen, ob sie mit ihren Leistungen die gesetzlichen Umsatzschwellen erreicht.

Macht sie Werbung für Produkte und Dienstleistungen eines Unternehmens, muss der Zusammenhang zwischen Sponsorenennung und Finanzierung gegen aussen unmissverständlich erkennbar sein, damit eine von der MwSt. ausgenommene Bekanntmachungsleistung vorliegt. Spenden und Subventionen gelten ohnehin nicht als Umsätze im Sinne der MwSt. Betragen die übrigen steuerbaren Leistungen im Inland

innerhalb eines Kalenderjahres weniger als 150 000 Franken, bleibt die Kunststiftung von der MwSt.-Pflicht befreit.

Damit stellt sich die Frage von Leistungspaketen: Oft wird zwischen dem Sponsor und der Kunststiftung ein Gesamtsponsorbetrag vereinbart, und Letztere erbringt im Gegenzug verschiedene Werbeleistungen. Zum Beispiel werden Name und Logo des Sponsors im Führer zur Kunstausstellung genannt, der Sponsor wird in Ansprachen und Inseraten verdankt, Banner wehen an prominenter Stelle, und der Sponsor darf im Eingangsbereich zur Ausstellung einen Stand betreiben. In diesen Fällen greifen zwei weitere wesentliche Regeln des MwSt.-Rechts: Bei Leistungspaketen ist die überwiegende Leistung zu bestimmen, und die Besteuerung richtet sich nach dieser Hauptleistung. Das setzt aber voraus, dass die Hauptleistung auch bewertet werden kann. Hierfür muss ein Drittpreis gefunden werden, was schwierig ist. Zudem ist die Kunststiftung beweisbelastet für die Tatsache, dass Sponsoring, und nicht die Werbung, die Hauptleistung darstellt. Damit kommt der konkreten Gestaltung des Vertrags zwischen der Kunststiftung und dem Sponsor bei der Bestimmung der Leistungen wie auch bei deren Bewertung eine zentrale Bedeutung zu.

Bereits diesjährige Umsätze betroffen

Weil die Kunststiftung mit ihren Sponsoren Pauschalpreise vereinbart hatte, aber nicht beweisen kann, dass ihre Hauptleistung eine Bekanntmachung ist, die nicht als Werbung gilt, erbringt sie Umsätze, die zu versteuern sind, wenn die massgebende Umsatzschwelle von 150 000 Franken erreicht wird.

Ab wann wird die Kunststiftung mehrwertsteuerpflichtig? Gemäss einer ersten provisorischen mündlichen Verlautbarung der ESTV sollen bereits die Umsätze des Jahres 2013 für die Erreichung der Umsatzschwelle berücksichtigt werden. Bei dieser Sachlage wäre die Kunststiftung, die im Jahr 2013 Werbeleistungen im Wert von mehr als 150 000 Franken erbrachte, bereits ab 1. Januar 2014 mehrwertsteuerpflichtig.

Auf jeden Fall führt die beabsichtigte Praxisänderung der ESTV dazu, dass die Zahlungen und Leistungen im Zusammenhang mit Sponsoring und Spenden für alle in den Bereichen Kultur wie auch Sport tätigen Institutionen kritisch zu hinterfragen sind und insbesondere die vertraglichen Dokumente überarbeitet werden müssen.