LANDESSPORTBUND
BRANDENBURG

ABC DES SPONSORINGS

Hier finden Sie die wichtigsten Begriffe von A-Z zum Thema Sponsoring im Sportverein.

Um direkt zu einem Begriff, Stichwort oder Fachbegriff zu gelangen, drücken Sie bitte gleichzeitig Strg und F. Es erscheint ein Suchfeld in Ihrem Browserfenster, in das Sie den Suchbegriff eintragen können.

Name des Begriffes: VIP-Hospitality-Maßnahmen (steuerliche Behandlung)

Beschreibungen des Begriffes:

In BMF-Schreiben wird die ertragsteuerrechtliche Behandlung von Aufwendungen für VIP-Logen in Sportstätten geregelt.

In BMF-Schreiben vom 22.8.2005 (BStBl I 2005, 845), 30.3.2006 (BStBl I 2006, 307), 11.7.2006 (BStBl I 2006, 447) und 28.11.2006 (BStBl I 2006, 791) wird die ertragsteuerrechtliche Behandlung von Aufwendungen für VIP-Logen in Sportstätten geregelt.

Sponsorenpakete von Sportvereinen können neben werblichen Leistungen (z.B. Lautsprecherdurchsagen, Bandenwerbung, Trikotwerbung) auch VIP-Hospitality-Maßnahmen umfassen. Dem Sponsor werden in diesem Fall vom Sportverein Eintrittskarten für VIP-Bereiche (Logen) überlassen. Diese berechtigen zum Besuch der Sportveranstaltung. In VIP-Logen erfolgt üblicherweise auch eine Bewirtung des Sponsors und der von ihm eingeladenen Geschäftsfreunde und Mitarbeiter

Wenn die Aufwendungen im Zusammenhang mit VIP-Logen betrieblich veranlasst sind, müssen die Aufwendungen des Sponsoren-Gesamtpaketes für die ertragssteuerrechtliche Betrachtung in Einzelleistungen aufgeteilt werden:

- Aufwendungen für Werbeleistungen
- Aufwendungen für besondere Raumnutzung
- Aufwendungen für VIP-Maßnahmen
- Geschenke

- Bewirtung

Zurück