

Sponsoringvertrag

Geldmittel gegen Werbung für die Durchführung der Rallye eTour Europe 2017.

Zwischen Vertragspartner I

**Chris van der Meijden
Friedenheimer Str. 133**

80686 München

und Vertragspartner II

§ 1 Die Vertragspartner vereinbaren zum Zwecke des Sponsoring nachfolgende Leistung/en auf Gegenseitigkeit:

Vertragspartner II stellt zur Förderung von Vertragspartner I zweckgebundene finanzielle Mittel zur Verfügung. Im Gegenzug verpflichtet sich Vertragspartner I den/das Firmennamen/Firmenlogo an geeigneter Stelle gut sichtbar auf dem teilnehmenden Rallye-Fahrzeug zu platzieren und/oder in geeigneter Weise zu erwähnen (Werbung). Näheres regelt § 3.

§ 2 Ausgeschlossen ist Werbung folgenden Inhalts

- Werbung, die gegen rechtliche Bestimmungen verstoßen
- Werbung, die das Ansehen und die Würde der öffentlichen Verwaltung und des Staates verletzt
- Werbung mit parteipolitischem Inhalt, insbesondere Wahlwerbung
- Werbung, die durch ihren Inhalt oder ihre Aufmachung gegen die guten Sitten verstoßen

§ 3 Vertragspartner II überweist bis zum _____ Vertragspartner I einen Geldbetrag in Höhe von _____ EUR _____ (in Worten) auf das Konto

Empfänger: Christiaan van der Meijden
Konto-Nummer: 1003942602
Bankleitzahl: 12030000
DKB Berlin

unter Angabe des Verwendungszwecks: eTour Europe

Vertragspartner I verpflichtet sich im Gegenzug folgende Werbung für Vertragspartner II anzubringen / durchzuführen:

Dauer: 08.06.2017 bis zum Ende der eTour Europe (19.06.2017) und auf der Internetseite ab Zahlungseingang zu gewährleisten.

§ 4 Die für die vereinbarte Werbe Maßnahme benötigten Materialien, Abbildungen, Software, Träger etc. werden auf Kosten des Vertragspartner II Vertragspartner I rechtzeitig i.S. des Vertrages § 3 zur Verfügung gestellt.

§ 5 Die Vertragspartner I überlassenen Werbemittel dürfen nur zu dem in diesem Vertrag vereinbarten Zweck verwendet werden.

Ort, Datum

Ort, Datum

Unterschrift Vertragspartner I

Unterschrift Vertragspartner II

Berücksichtigung als Betriebsausgaben

Aufwendungen des Sponsors sind Betriebsausgaben, wenn der Sponsor wirtschaftliche Vorteile, die insbesondere in der Sicherung oder Erhöhung seines unternehmerischen Ansehens liegen können (vgl. BFH vom 3. Februar 1993, I R 37/91, BStBl 1993 II S. 441, 445), für sein Unternehmen erstrebt oder für Produkte seines Unternehmens werben will. Das ist insbesondere der Fall, wenn der Empfänger der Leistungen auf Plakaten, Veranstaltungshinweisen, in Ausstellungskatalogen, auf den von ihm benutzten Fahrzeugen oder anderen Gegenständen auf das Unternehmen oder auf die Produkte des Sponsors werbewirksam hinweist. Die Berichterstattung in Zeitungen, Rundfunk oder Fernsehen kann einen wirtschaftlichen Vorteil, den der Sponsor für sich anstrebt, begründen, insbesondere wenn sie in seine Öffentlichkeitsarbeit eingebunden ist oder der Sponsor an Pressekonferenzen oder anderen öffentlichen Veranstaltungen des Empfängers mitwirken und eigene Erklärungen über sein Unternehmen oder seine Produkte abgeben kann.

Wirtschaftliche Vorteile für das Unternehmen des Sponsors können auch dadurch erreicht werden, dass der Sponsor durch Verwendung des Namens, von Emblemen oder Logos des Empfängers oder in anderer Weise öffentlichkeitswirksam auf seine Leistungen aufmerksam macht.

Für die Berücksichtigung als Betriebsausgaben kommt es nicht darauf an, ob die Leistungen notwendig, üblich oder zweckmäßig sind; die Aufwendungen dürfen auch dann als Betriebsausgaben abgezogen werden, wenn die Geld- oder Sachleistungen des Sponsors und die erstrebten Werbeziele für das Unternehmen nicht gleichwertig sind. Bei einem krassen Missverhältnis zwischen den Leistungen des Sponsors und dem erstrebten wirtschaftlichen Vorteil ist der Betriebsausgabenabzug allerdings zu versagen (§ 4 Abs. 5 Satz 1 Nr. 7 EStG).