

1 Was bedeutet Trennungsrechnung?

Hochschulen lassen sich steuerlich in zwei Tätigkeitsbereiche einteilen:

- den hoheitlichen, nicht-wirtschaftlichen Bereich (Lehre und Eigenforschung, vor allem Lehre, Ausbildung von qualifizierten Humanressourcen, Grundlagenforschung, interner Technologietransfer, unabhängige Forschung im Verbund, weite Verbreitung der Forschungsergebnisse auf nichtausschließlicher und nichtdiskriminierender Basis [z.B. Lehre, frei zugängliche Datenbanken, allgemein zugängliche Veröffentlichungen oder offene Software])
- den wirtschaftlichen Bereich (z.B. Auftragsforschung, Dienstleistungen oder Vermietung von Infrastrukturen an Dritte, Beratungstätigkeiten oder gebührenpflichtige Weiterbildung)

Der Begriff Trennungsrechnung steht für die buchhalterische Trennung der Kosten und der Finanzierung der beiden Tätigkeitsbereiche.

2 Was ist die Rechtsgrundlage der Trennungsrechnung?

Seit 1. Januar 2009 sind alle Hochschulen innerhalb der Europäischen Union verbindlich zur Anwendung der Trennungsrechnung verpflichtet. Rechtliche Grundlage dieser Vorgabe sowie der bei Nichtbeachtung verhängten Sanktionen ist der bereits seit 30. Dezember 2006 geltende europäische „Gemeinschaftsrahmen für staatliche Beihilfen für Forschung, Entwicklung und Innovation“ (EU-Beihilferahmen, ABL: 2006/C 323/01) in seiner aktuellen Fassung „Unionsrahmen für staatliche Beihilfen zur Förderung von Forschung, Entwicklung und Innovation“ (Amtsblatt der Europäischen Gemeinschaften ABL.EG: 2014/C 198/01). Die Anforderung zur Trennungsrechnung stammt aus dem Wettbewerbsrecht der Europäischen Union. Es soll verhindert werden, dass staatlich finanzierte Einrichtungen, wie z.B. Hochschulen, privaten Anbietern unlautere Konkurrenz machen, indem sie ihre Dienstleistungen aus Haushaltsmitteln mitfinanzieren und somit aus Steuermitteln subventionieren.

3 Wer darf wirtschaftliche Projekte einwerben?

Gemäß der Drittmittelrichtlinie Nr. 3.1 sind Mitglieder und Angehörige der UdS, zu deren Dienstaufgaben selbstständige Lehr- und Forschungstätigkeit gehören, zur Einwerbung von Drittmitteln sowie zur Durchführung von wirtschaftlichen und nichtwirtschaftlichen Projekten berechtigt. Wissenschaftlichen Mitarbeiterinnen/Mitarbeitern kann die Dekanin/der Dekan im Benehmen mit den fachlich zuständigen Hochschullehrerinnen/Hochschullehrern auf Antrag Aufgaben in Forschung und Lehre zur selbstständigen Wahrnehmung übertragen (§ 44 Abs. 1 S. 3 SHSG), ärztlichem Personal des UKS kann das Dekanat die selbstständige Wahrnehmung von Aufgaben in Forschung und Lehre auf Antrag der fachlich zuständigen Klinik- oder Institutsdirektorin oder Leiterin eines sonstigen klinischen Bereichs/Klinik- oder Institutsdirektors oder Leiters eines sonstigen klinischen Bereichs im Einvernehmen mit dem Klinikumsvorstand übertragen (§ 35 Abs. 1. S. 3 SHSG).

Darüber hinaus muss die/der fachlich zuständige/n Hochschullehrerin/Hochschullehrer auf dem Drittmittelformular mitzeichnen, auch wenn sie/er nicht Hauptverantwortliche/r ist. Mit der Unterschrift stimmt sie/er sowohl der Durchführung des Projekts als auch der räumlichen Unterbringung zu. Weiterhin stimmt sie/er mit der

Unterzeichnung des Drittmittelformulars zu, dass etwaige finanzielle Folgelasten des Projekts aus Mitteln des Lehrstuhls bestritten werden.

4 Wer prüft, ob die Trennungsrechnung angewandt werden muss? Wann erfolgt die Prüfung?

Die Zusammenarbeit mit Dritten muss vor Aufnahme der Forschungstätigkeiten vertraglich festgelegt werden. Das Dezernat Forschungsmanagement und Transfer (FT) / Abteilung Förderberatung und Verträge unterstützt die Wissenschaftlerinnen/Wissenschaftler der Universität schon vor der Vertragsanbahnung bei der Einschätzung, ob es sich bei einem konkreten Vorhaben um Auftragsforschung, Kooperationsforschung oder eine Dienstleistung handelt. Eine konkrete Einordnung kann erst nach Vorliegen des Vertrags und Prüfung durch die Drittmitteljuristen erfolgen.

5 Wie sind wirtschaftliche Projekte zu kalkulieren?

Zur Kalkulation steht die Excel-Datei „Drittmittelformular“ im Intranet zur Verfügung. Wirtschaftliche Projekte müssen entweder zu einem Marktpreis oder zu Vollkosten kalkuliert werden.

Die wirtschaftliche Tätigkeit kann zu marktüblichen Preisen erfolgen – soweit Marktpreise vorhanden sind. Ein Marktpreis wird üblicherweise durch mehrere Angebote nachgewiesen. Liegt kein Marktpreis vor, ist eine Kalkulation auf Vollkostenbasis durchzuführen. Bei einer Vollkostenrechnung werden alle Kosten, sowohl direkte als auch indirekte Kosten, die für die Erbringung einer Leistung notwendig sind, erfasst. Direkte Kosten sind dem Projekt konkret zurechenbar, wie z.B. Personal-, Sach- oder Reisekosten sowie Unteraufträge und Abschreibungen auf Geräte mit einem Anschaffungswert über 20.000 €. Indirekte Kosten dagegen können dem Projekt nicht direkt zugerechnet werden, wie z.B. Verwaltungskosten, Strom, Miete etc.

Neben der Berücksichtigung von direkten und indirekten Kosten muss im Zuge der Vollkostenrechnung auch ein Gewinnzuschlag einkalkuliert werden. Der Gewinnzuschlag ist zwecks Risikopufferung gestaffelt; die Höhe ist abhängig von der Laufzeit des Projekts.

Hinweis: Tritt man als Unterauftragnehmer in öffentlich geförderten Projekten auf, muss dem Angebot eine Vollkostenkalkulation zu Grunde liegen.

6 Was passiert mit dem Overhead?

Der Overhead wird zwischen der Zentrale und dem/der Projektleiter/in aufgeteilt. Der zentrale Anteil wird zur Deckung zentraler Kosten verwendet. Hierzu zählen z. B. Gebäudekosten, Strom, Heizung, EDV-Personalkosten, Verwaltungspersonalkosten.

7 Was ist der Unterschied zwischen Sponsoring und einer Spende?

Unter Sponsoring i. e. S. ist die Zuwendung von Geld-, Sach- oder Dienstleistungen durch eine juristische oder natürliche Person mit wirtschaftlichen Interessen zu verstehen, die neben dem Motiv zur Förderung der

öffentlichen Einrichtung auch andere Interessen verfolgt. Dem Sponsor kommt es auf seine Profilierung in der Öffentlichkeit über das gesponserte Produkt an (Imagegewinn, kommunikative Nutzung).

Im Bereich des Sponsorings verpflichtet sich die UdS zur Erbringung einer Gegenleistung.

Einordnungsmerkmale:

- Leistungsaustausch
- Unternehmensbezogenes Ziel: Werbung oder Öffentlichkeitsarbeit
- Aktive Mitwirkung an Werbemaßnahmen: z. B. Verlinkung, Versendung und Verteilung von Informationsmaterial des Sponsors
- Hervorhebung des Firmenlogos

Sponsoring beruht grundsätzlich auf einer Vereinbarung bei der ein Partner Geld oder einen geldwerten Vorteil gewährt und die Universität als Gegenleistung eine an den Vertragspartner ausgerichtete Unterstützung seiner Marketingziele schuldet. Sponsoring ist nur zulässig, wenn der Anschein einer möglichen Beeinflussung bei der Wahrnehmung des Verwaltungshandelns nicht zu erwarten ist und im Einzelfall keine Hinderungsgründe entgegenstehen.

Spenden sind Zuwendungen, die von einer Person oder einem Unternehmen freiwillig und unentgeltlich zur Förderung spendenbegünstigter Zwecke erbracht werden, ohne dass die Universität zu einer Gegenleistung verpflichtet ist. Spenden dürfen ausschließlich und unmittelbar für steuerbegünstigte Zwecke im Sinne von § 52 AO (Abgabenordnung) verwendet werden. Die Verantwortung der korrekten Spendenverwendung obliegt dem Mittelbewirtschaftler. Spendengelder sind zeitnah (innerhalb von 2 Jahren) zu verwenden. Nicht steuerbegünstigt ist eine Verwendung der Mittel für allgemeine Bewirtungskosten oder Repräsentationsausgaben. Zuwendungsbestätigungen (Spendenbescheinigungen) werden in solchen Fällen nicht ausgestellt. Gleiches gilt für Zwecke, die außerhalb der steuerbegünstigten Zwecke liegen. Hintergrund hierfür ist die sog. Spendenhaftung bei einer Mittelfehlverwendung.

Die Drittmittelabteilung prüft bei Eingang eines Spendenbetrages, ob die Voraussetzungen für die Annahme erfüllt sind. Bei projektbezogenen Spenden ist eine schriftliche (formlose) Spendenanzeige einzureichen. Diese sollte folgende Angaben enthalten:

- Spender (inkl. Anschrift des Zuwenders)
- Spendenbetrag
- Spendenempfänger
- Spendenzweck
- Formloser Antrag auf Ausstellung einer Zuwendungsbestätigung

Auf Antrag wird durch das Dezernat Haushalt und Finanzen eine entsprechende Zuwendungsbestätigung/Spendenbescheinigung bis zum 28.02. des Jahres, das dem Spendenjahr (Eingang in der UdS) folgt, ausgestellt. Nur in begründeten Ausnahmefällen kann eine Ausstellung früher erfolgen. Bitte beachten Sie, dass für Geldspenden bis zu einem Betrag von 300,00 Euro der vereinfachte Spendenabzug nach §§ 84 (2c), 50 (4) Nr.2a) EStDV ausreichend ist und hier nur in Ausnahmefällen eine Zuwendungsbestätigung erstellt wird.

Nähere Informationen hierzu unter: <https://www.uni-saarland.de/page/geben/spenden.html>

8 Welche Kosten entstehen im Rahmen eines Sponsorings?

Je Sponsoring fällt eine Servicepauschale in Höhe von 75 € an. Die Servicepauschale deckt die im Rahmen des Sponsorings entstehenden Verwaltungskosten.

Bei Sponsoringerlösen handelt es sich um einen reinen Gewinn, der nach Abzug pauschaler Betriebsausgaben (derzeit 25% bzw. 85% im Zweckbetrieb) aktuell mit Ertragsteuern (GewSt, KSt, KapESt, Soli) in Höhe von ca. 44% belastet ist. Die anfallenden Ertragsteuern werden derzeit zentral von der UdS getragen.

In diesem Zusammenhang wird vor sogenannten Tauschgeschäften (Barter-Geschäft) gewarnt. Die Lieferung erfolgt dann im Rahmen eines **tauschähnlichen Umsatzes**, wenn das Entgelt für die Lieferung in einer Werbeleistung der UdS besteht. Beim Tausch und beim tauschähnlichen Umsatz gilt der Wert jedes Umsatzes als Entgelt für den anderen Umsatz (§ 10 Abs. 2 Satz 2 UStG und Abschn. 10.5 Abs. 1 Satz 1 UStAE). Obwohl kein Geld fließt, unterliegen diese also der Umsatz- und Ertragsbesteuerung.

Definition Tauschgeschäft: Ein tauschähnlicher Umsatz (§ 3 Abs. 12 S. 2 UStG) liegt vor, wenn im Rahmen des Sponsorings die Gegenleistung des Sponsors für die Werbeleistung der UdS nicht in Geldform erfolgt, sondern aus der Überlassung von Sachen (Lieferung) oder einer sonstigen Leistung (Dienstleistung) besteht. Wird noch ein Geldbetrag zugezahlt, handelt es sich um einen tauschähnlichen Umsatz mit Baraufgabe (Abschn. 10.5 Abs. 1 S. 8 UStAE). Obwohl kein Geld bzw. nur eine Zuzahlung zwischen dem Sponsor und dem Gesponsorten fließt, ist dieser Umsatz sowohl umsatzsteuer- als auch ertragsteuerpflichtig. Dabei bemisst sich der Wert jedes Umsatzes als Entgelt für den anderen Umsatz (§ 10 Abs. 2 S. 2 UStG, Abschn. 10.5 Abs. 1 S. 1 UStAE). Das bedeutet, dass als Entgelt für eine Leistung der übliche Preis der vom Leistungsempfänger erhaltenen Gegenleistung anzusetzen ist bzw. er zu schätzen ist, soweit der Wert des Entgelts nicht ermittelt werden kann (UStR 153. Abs.1 S. 2, 3). Als Anhaltspunkt für die Bewertung der Gegenleistung können die dem Sponsor bzw. die dem Gesponsorten für die Leistung entstandenen Aufwendungen dienen (UStR 153. Abs.1 S. 4). Die Umsatzsteuer gehört jedoch nicht zum Entgelt und ist somit stets heraus zu rechnen (§ 10 Abs. 2 S. 3 UStG). Bei einem tauschähnlichen Umsatz mit Baraufgabe vermindert sich der Wert der Sachleistung um den Betrag der Zuzahlung (Abschn. 10.5 Abs. 1 S. 9 UStAE). Werden erhaltene Sach- und Dienstleistungen beim Gesponsorten im ideellen (nicht-wirtschaftlichen) Bereich genutzt, ist der Vorsteuerabzug ausgeschlossen, obwohl die Werbeleistung für den Sponsor umsatzsteuerpflichtig ist (FG Baden-Württemberg, Urt. v. 29.03.2010, Az. 9 KK 115/06). In der Folge kann es demnach sein, dass eine finanzielle Belastung eintritt, obwohl keine monetären Mittel zur Deckung dieser Kosten vereinnahmt wurden. Diese Tauschgeschäfte sollten demnach mit Vorsicht und Bedacht vereinbart werden.

9 Was ist eine entgeltliche Veranstaltung?

Bei entgeltlichen wissenschaftlichen Kursen, Fort- und Weiterbildungsveranstaltungen, bei denen die UdS Veranstalter ist, werden Teilnehmergebühren erhoben. Die Beträge, die im Rahmen von entgeltlichen Veranstaltungen der UdS vereinnahmt werden, sind für die Ausrichtung der Veranstaltung nach den Vorgaben der „Satzung der Universität des Saarlandes nach §§ 59, 60 der Abgabenordnung für den Bereich der entgeltlichen wissenschaftlichen Kurse, Fort- und Weiterbildung“ zu verwenden. Die Satzung ist im Dienstblatt 2014, Nr. 11 veröffentlicht: https://www.uni-saarland.de/fileadmin/upload/verwaltung/fundstellen/Ausbildungs_Pruefungs_Studienordn/Bewirtschaftungs_u_sonstige_Verfahrensfragen/DB14_112.pdf

Um die Umsatzsteuerbefreiung der Teilnehmergebühren gem. § 4 Nr. 22 a) UStG zu beanspruchen, müssen diverse rechtliche Vorgaben erfüllt sein. Es müssen somit mindestens 51 % der Gesamteinnahmen zur Kostendeckung verwendet werden. Die UdS muss Veranstalter sein. Für kostenintensive Abendveranstaltungen sollte ein separates Entgelt eingenommen werden da hier keine Befreiung von der Umsatzsteuer gewährt werden darf. Dieses separate Entgelt muss mit dem Regelsteuersatz von derzeit 19% berechnet werden.

Darüber hinaus ist ein verbleibender Überschuss zum Ausgleich von Verlusten anderer Veranstaltungen oder entsprechend den Vorgaben zur Verwendung von Haushaltsmitteln innerhalb von zwei Jahren nach der Veranstaltung zu verausgaben.

Bitte beachten Sie folgenden Sonderfall:

Sobald der Mittelgeber z.B. auf Ihrer Homepage oder in Ihrer Broschüre im Zusammenhang mit dem Projekt mit seinem Logo genannt werden möchte, handelt es sich um „passives“ Sponsoring. In diesem Fall geht die Finanzverwaltung derzeit nicht von einem Leistungsaustausch aus.

Der Mittelgeber erhält dann keine Zuwendungsbescheinigung der Universität, sondern eine Rechnung ohne Umsatzsteuer.

Kein Leistungsaustausch gem. 1.1. (23) UStAE bei sog. passivem Sponsoring

(23) ¹Weist der Empfänger von Zuwendungen aus einem Sponsoringvertrag auf Plakaten, in Veranstaltungshinweisen, in Ausstellungskatalogen, auf seiner Internetseite oder in anderer Weise auf die Unterstützung durch den Sponsor lediglich hin, erbringt er insoweit keine Leistung im Rahmen eines Leistungsaustausches. ²Dieser Hinweis kann unter Verwendung des Namens, Emblems oder Logos des Sponsors, jedoch ohne besondere Hervorhebung oder Verlinkung zu dessen Internetseiten, erfolgen. ³Dies gilt auch, wenn der Sponsor auf seine Unterstützung in gleicher Art und Weise lediglich hinweist. ⁴Dagegen ist von einer Leistung des Zuwendungsempfängers an den Sponsor auszugehen, wenn dem Sponsor das ausdrückliche Recht eingeräumt wird, die Sponsoringmaßnahme im Rahmen eigener Werbung zu vermarkten.