

HÄRTING ●●●

Wie gelingt rechtssicheres Fundraising im MINT- Bereich?

Jan Mönikes, Rechtsanwalt



Jan Mönikes



Of Counsel bei HÄRTING
Rechtsanwälte, Berlin -
Spezialisiert auf
Datenschutz-, Medien-
und Vereinsrecht



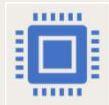
Geschäftsführer u.a. der
SHW Tourismus- und
Wirtschaftsentwicklungs
gesellschaft Niederfinow
mbH



Lehrbeauftragter an der
BTU Cottbus und
Quadriga Berlin



Ehrenamtlich Justiziar &
Berater BdKOM, BPM,
BdVM und im Vorstand
einiger weiterer Vereine
und Verbände



Frühere berufliche
Stationen: Versatel, AOL
Time Warner, IBM,
Deutscher Bundestag



Datenschutz im öffentl.
& nicht-öffentl. Bereich
für Firmen & (int)
Organisationen (CERN,
ECMWF, EUMETSAT...)



Rechtssicheres Fundraising im MINT-Bereich

Von der studentischen Initiative zum Spin-off:
Ein Praxisleitfaden zu Spenden, Sponsoring, IP und Haftung.



EIN NAVIGATIONS-HANDBUCH FÜR PROJEKTLUITUNGEN, HOCHSCHULANGEHÖRIGE UND VEREINSVORSTÄNDE.

Ihre Navigationskarte für die Fundraising-Landschaft

Wir beantworten die vier entscheidenden Fragen, um Ihr Projekt rechtssicher zu finanzieren und Risiken zu vermeiden.



1. Rechtsform: Wer sind wir rechtlich?

Die vier Archetypen im Hochschulumfeld und die gefährliche „GbR-Falle“.



4. Compliance: Welche Spielregeln gelten für uns?

Spezifische Vorgaben für Hochschulen (Drittmittel, Beihilfe, Vergabe) und Vereine.



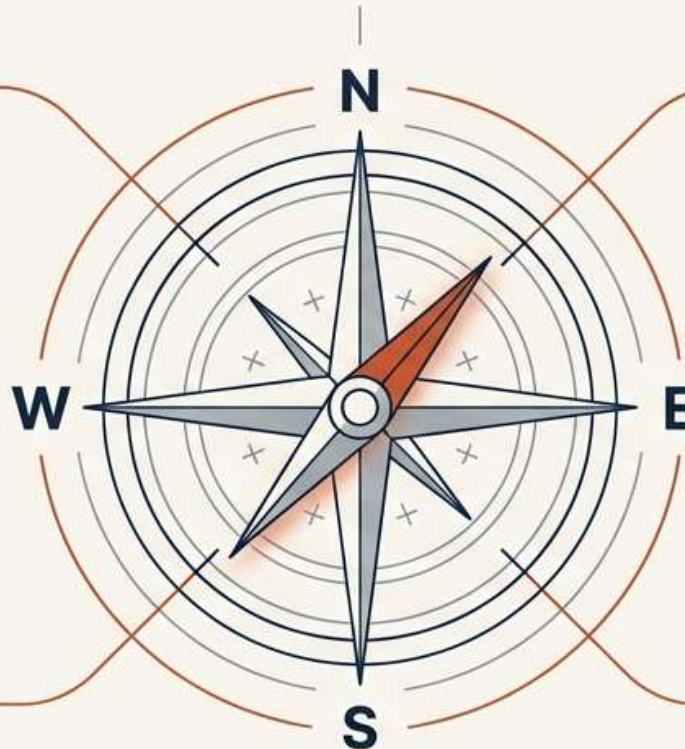
2. Geldart: Welche Art von Geld nehmen wir an?

Die kritische Unterscheidung: Spende vs. Sponsoring und die steuerlichen Folgen.



3. Vertrag: Wer darf was unterschreiben?

Zeichnungsbefugnis, essentielle Vertragsklauseln und Prozesssicherheit.



Wo stehen Sie auf der Karte? Die vier Archetypen im Hochschulumfeld

Jede Konstellation hat ein eigenes rechtliches Betriebssystem.



1. Das Hochschulprojekt

Teil der Hochschule
(Körperschaft des öffentlichen
Rechts, KdöR), keine eigene
Rechtsfähigkeit.

Regime: Öffentliches Recht,
Haushaltsrecht, zentrale
Zeichnungsbefugnis
(Kanzler/Präsidium). Starr,
aber rechtssicher.



2. Die Informelle Initiative

Team ohne Rechtsform, das
nach außen auftritt (z.B. bei
Wettbewerben,
Sponsorenansprache).

Regime: Meist eine
**Gesellschaft bürgerlichen
Rechts (GbR)** – oft unbewusst.



3. Der Gemeinnützige Träger

Eingetragener Verein (e.V.) oder
gemeinnützige GmbH
(gGmbH), oft als Förderverein.

Regime: Privatrecht mit
steuerlichen Privilegien
(Abgabenordnung, AO).
Eigene Organe,
Haftungsbegrenzung.



4. Das Start-up / Spin-off

Ausgründung mit
Gewinnerzielungsabsicht
(UG/GmbH).

Regime: Kommerzielles
Gesellschaftsrecht, Fokus auf
IP, Investment-Logik.



Die GbR-Falle:

Ohne klare Rechtsform haften alle Teammitglieder persönlich, unbeschränkt und gesamtschuldnerisch mit ihrem Privatvermögen.

Praxisbeispiel FaSTTUBe (TU Berlin): Der Weg aus der Haftungsfalle

Ausgangslage

Ein erfolgreiches FormulaStudent-Team (seit 2005), das als Hochschulprojekt (BgA) agiert. Hoher Bedarf an Sponsoring, Sachleistungen und schneller Beschaffung.

Die Reibungspunkte

- Verträge & Haftung: Wer unterschreibt rechtswirksam? Wer haftet bei Fehlern?
- Finanzen: Wie werden Gelder sauber verwaltet, ohne „Schattenhaushalt“?
- Kontinuität: Wie bleibt Know-how bei wechselnden Studierendenteams erhalten?

Die Lösung

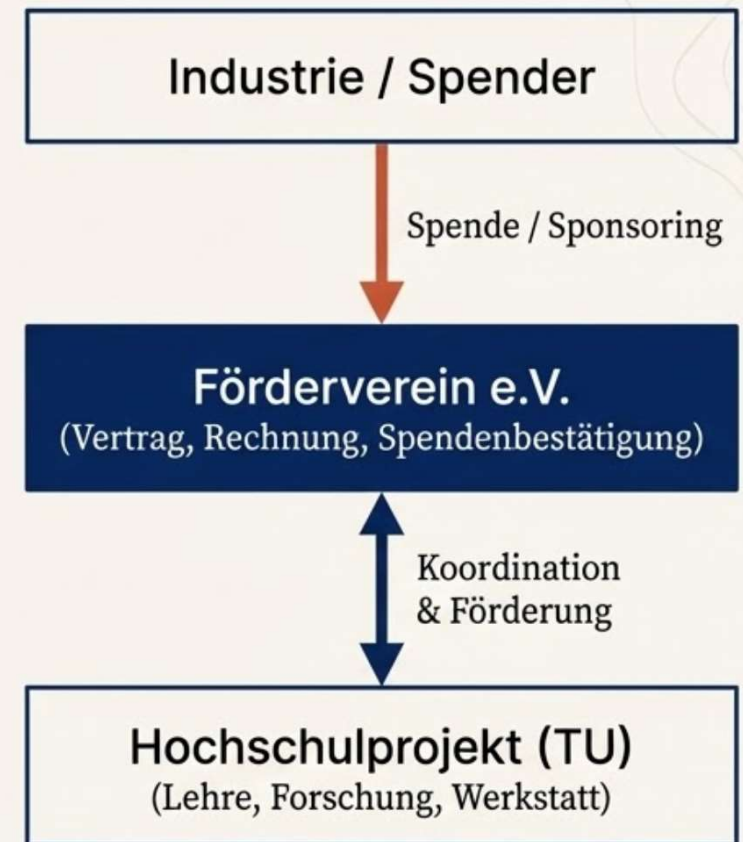
Gründung des „Förderverein FaSTTUBe e.V.“ durch Alumni am 14.12.2024.



Wie der Förderverein Rechtssicherheit und Fundraising professionalisiert

Die vier entscheidenden Vorteile des e.V.:

1. **Eigene Rechtspersönlichkeit:** Der Verein kann selbst Verträge schließen, Konten führen und wird klar durch den Vorstand vertreten.
2. **Haftungsbegrenzung:** Die Haftung ist auf das Vereinsvermögen beschränkt (sofern der Vorstand sorgfältig handelt). Das private Risiko der Teammitglieder entfällt.
3. **Skalierbare Fundraising-Instrumente:**
 - Wiederkehrende Einnahmen durch **Mitgliedsbeiträge** (ab 50/100 EUR p.a.).
 - Strukturierte Annahme von **Spenden** und Ausstellung von Zuwendungsbestätigungen.
 - Professionelle Abwicklung von **Sponsoring** mit Rechnungsstellung.
4. **Träger für Alumni-Netzwerk:** Der Verein sichert Kontinuität und bindet Ehemalige als Mentoren und Förderer.



Die wichtigste Weichenstellung: Spende oder Sponsoring?

**Die alles entscheidende Frage:
Gibt es eine vertraglich vereinbarte Gegenleistung?**

Eine Organisation erhält Geld oder eine Sachleistung

Wird dem Geldgeber eine
nennwerte Gegenleistung
versprochen, die über ein
schlichtes „Danke“ hinausgeht?
(z.B. Werbung, Logo mit Link,
Standfläche, Exklusivität)

NEIN

JA

→ SPENDE

- **Logik:** Altruismus, Förderung des Zwecks.
- **Dokument:** Zuwendungsbestätigung („Spendenquittung“).
- **Steuer:** Für Empfänger i.d.R. steuerfrei im ideellen/hoheitlichen Bereich.



→ SPONSORING (oder sonstige Leistung)

- **Logik:** Leistungsaustausch, Marketinginteresse.
- **Dokument:** Vertrag und Rechnung (ggf. mit USt).
- **Steuer:** Für Empfänger i.d.R. steuerpflichtige Einnahme (wGB/BgA).

Analogie: Spende= Herz (freiwillige Gabe) vs. Sponsoring= Markt (Geschäft).

Die Welt der Spende: Freiwillig, unentgeltlich und streng geregelt

Definition: Eine Spende ist eine freiwillige Zuwendung ohne Gegenleistung zur Förderung steuerbegünstigter Zwecke (z.B. Wissenschaft und Forschung).

✓ Was ist erlaubt?

Eine zurückhaltende Danksagung.

Die Nennung des Namens oder Logos des Spenders auf einer Liste von Unterstützern – **ohne besondere Hervorhebung oder Verlinkung.**

✗ Was ist verboten?

Die Verknüpfung der Zuwendung mit einer aktiven Werbeleistung (z.B. Werbeanzeige, Banner, Link auf die Unternehmenswebsite).

Die Ausstellung einer Zuwendungsbestätigung, wenn eine Gegenleistung vereinbart wurde.



Die Haftungsfall: § 10b EStG – Spendenhaftung

Wer eine Zuwendungsbestätigung unrichtig ausstellt, haftet für die entgangene Steuer des Spenders.

Praxis: Das Finanzamt setzt pauschal 30% des Spendenbetrags als Haftungsschuld an. Das Risiko trägt der Aussteller (Verein/Hochschule).



Praxis-Tipp: Vereinfachter Nachweis

Für Spenden **bis 300 €** genügt dem Spender als Nachweis der Bareinzahlungsbeleg oder die Buchungsbestätigung (z.B. Kontoauszug). Das reduziert den Verwaltungsaufwand.

Die Welt der Sponsoring: Ein Geschäft auf Gegenseitigkeit

Definition: Sponsoring ist die Gewährung von Geld oder geldwerten Vorteilen, mit der der Sponsor eigene unternehmensbezogene Ziele der Werbung oder Öffentlichkeitsarbeit verfolgt. Es basiert auf dem Prinzip von Leistung und Gegenleistung.

Die steuerliche Unterscheidung ist entscheidend:



Passives Sponsoring (Duldung)

Was passiert?

Der Empfänger (Hochschule/Verein) gestattet dem Sponsor lediglich, mit der Unterstützung zu werben (z.B. „Wir fördern das Projekt X“ in der Werbung des Sponsors). Oder der Empfänger weist nur dezent auf die Unterstützung hin (z.B. „Gefördert durch...“ auf einem Plakat).

Steuerliche Einordnung:

Kann als steuerbegünstigte **Vermögensverwaltung** (Verein) oder noch im **hoheitlichen Bereich** (Hochschule) eingeordnet werden. Umsatzsteuer fällt oft nicht an.



Aktives Sponsoring (Werbeleistung)

Was passiert?

Der Empfänger wirkt aktiv an Werbemaßnahmen mit:

- Verlinkung des Sponsorenlogos auf die Unternehmenswebsite.
- Schaltung von Werbeanzeigen des Sponsors in eigenen Medien.
- Einräumung von Präsentationsflächen (Messestand).
- Aktive Nennung in Reden oder Social-Media-Posts.

Steuerliche Einordnung:

Gilt als **wirtschaftlicher Geschäftsbetrieb** (Verein) oder **Betrieb gewerblicher Art** (Hochschule). Einnahmen sind i.d.R. körperschaft- und umsatzsteuerpflichtig (19%).

Die Steuer-Landkarte für Vereine & gGmbHs: Die 4 Sphären

Jede Einnahme eines gemeinnützigen Trägers muss einer von vier „Sphären“ zugeordnet werden. Die Zuordnung entscheidet über die Besteuerung.



Wichtige Freigrenze (§ 64 Abs. 3 AO):

Einnahmen aus dem wGB (inkl. USt) bis **45.000 € pro Jahr** führen nicht zur Körperschaft- und Gewerbesteuerpflicht.

Achtung: Dies ist eine Freigrenze, kein Freibetrag!



1. Ideeller Bereich (steuerfrei)

Was: Einnahmen zur unmittelbaren Zweckverwirklichung.
Beispiele: Echte Spenden, Mitgliedsbeiträge, öffentliche Zuschüsse.



2. Vermögensverwaltung (ertragsteuerfrei, USt-Prüfung)

Was: Passive Nutzung von Vereinsvermögen.
Beispiele: Zinserträge, langfristige Vermietung, **passives Sponsoring** (nur Duldung der Namensnennung).



3. Zweckbetrieb (steuerbegünstigt)

Was: Wirtschaftliche Tätigkeit, die zur Verwirklichung des Satzungszwecks notwendig ist.
Beispiele: Teilnahmegebühren für eine wissenschaftliche Tagung, Eintrittsgelder für ein Zweck-Konzert.



4. Wirtschaftlicher Geschäftsbetrieb (wGB) (steuerpflichtig)

Was: Kommerzielle Tätigkeiten im Wettbewerb.
Beispiele: **Aktives Sponsoring** (Werbung, Links), Verkauf von Merchandise, Gastronomie.

Die Steuer-Landkarte für Hochschulen: Hoheitlich vs. Wirtschaftlich

Auch Hochschulen als Körperschaften des öffentlichen Rechts (KdöR) müssen ihre Einnahmen steuerlich trennen.



Hoheitlicher Bereich (nicht steuerbar)

Was: Erfüllung der Kernaufgaben in Forschung und Lehre ohne direkten Leistungsaustausch am Markt.

Beispiele: Annahme von echten Spenden, Erhebung von Semesterbeiträgen, Durchführung von Grundlagenforschung.

Sponsoring: Ein bloßer Hinweis auf einen Sponsor ohne besondere Hervorhebung kann hier zugeordnet werden. (Quelle: BFH-Urteile, z.B. BFH v. 10.7.1962, BStBl. III 1962, S. 448).



Betrieb gewerblicher Art (BgA) (steuerpflichtig)

Was: Jede nachhaltige wirtschaftliche Tätigkeit zur Einnahmeerzielung, die sich aus der Gesamtbetätigung heraushebt.

Beispiele: Aktives Sponsoring (Werbeleistungen), Auftragsforschung für Unternehmen, Vermietung von Räumen für kommerzielle Events, Verkauf von Produkten.

Folgen: Einnahmen unterliegen der **Körperschaftsteuer** und **Umsatzsteuer (19 %)**. Die Hochschule muss eine Rechnung mit USt ausstellen.

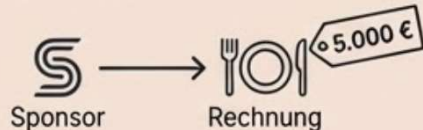
Merksatz: Sobald die Hochschule eine klar definierte Werbeleistung erbringt, agiert sie wie ein Unternehmen und wird steuerpflichtig.

Praxis-Falle: „Der Sponsor zahlt unsere Rechnung direkt“

Problem

Das Szenario:

Ein Sponsor soll 5.000 € geben. Statt das Geld zu überweisen, bezahlt er direkt die Catering-Rechnung für Ihre Veranstaltung in Höhe von 5.000 €.



Der Irrtum:

„Kein Geld auf unserem Konto = keine Buchung, keine Steuer.“



Die steuerliche Realität: Tauschähnlicher Umsatz (§ 3 Abs. 12 UStG)

-  Ihr Projekt liefert eine **Werbeleistung** (Wert: 5.000 €).
-  Der Sponsor bezahlt nicht mit Geld, sondern mit einer **Catering-Leistung** (Wert: 5.000 €).
- Dieser Tausch ist ein umsatzsteuerpflichtiger Vorgang, obwohl kein Geld fließt.

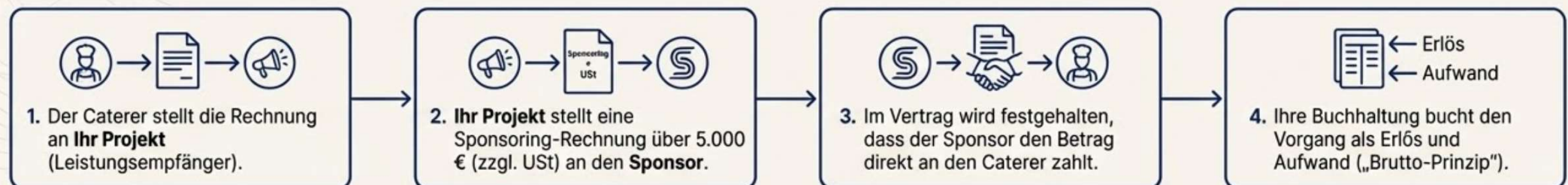
Die Folge:



Ihr Projekt schuldet dem Finanzamt Umsatzsteuer auf die Werbeleistung, ohne je Geld dafür gesehen zu haben. Zudem scheitert oft der Vorsteuerabzug, wenn Rechnungen falsch adressiert sind.



Best Practice – Der saubere Weg:



Die Spielregeln der Hochschule: Drei Compliance-Gebote

Wenn Ihr Projekt Teil der Hochschule ist, gelten zusätzlich zum Steuerrecht die Regeln des öffentlichen Rechts.

1



Gebot der zentralen Zeichnung

Regel: Verträge für die Hochschule dürfen **nicht** vom Professor oder Projektleiter unterschrieben werden. Rechtswirksam ist nur die Unterschrift der Hochschulleitung (Kanzler/Präsident) oder offiziell Bevollmächtigter.

Risiko: Persönliche Haftung als „Vertreter ohne Vertretungsmacht“ (§ 179 BGB).

2

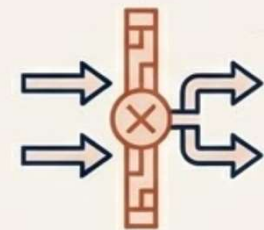


Gebot des offiziellen Geldwegs

Regel: Einnahmen von Dritten (Drittmittel) müssen offiziell über eine **Drittmittelanzeige** angemeldet und von der Hochschule angenommen werden. Sie werden über ein offizielles Projektkonto verbucht.

Risiko: „Schattenhaushalte“ (Gelder auf Privat- oder Vereinskonto) sind ein schwerer Verstoß gegen das Haushaltsrecht und können als Vorteilsannahme (§ 331 StGB) oder Untreue gewertet werden.

3



Gebot der strikten Trennung (Koppelungsverbot)

Regel: Eine Sponsoring-Entscheidung muss strikt von Beschaffungs-Entscheidungen (Vergabe) (Vergabe) getrennt sein.

Risiko: Der Anschein, ein Auftrag sei die „Gegenleistung“ für ein Sponsoring, führt zu Korruptionsverdacht und vergaberechtlichen Problemen.

Der „Preis“ der Infrastruktur: EU-Beihilferecht & Overhead

Die Logik:

Serf Pro: Staatlich finanzierte Ressourcen (Labore, Personal, Geräte) dürfen Unternehmen keinen unfairen Wettbewerbsvorteil verschaffen. Das verbietet das EU-Beihilferecht (Art. 107 AEUV).



Die Konsequenz: Trennungsrechnung

Nicht-wirtschaftlich



- Lehre
- unabhängige Forschung.

Hochschul-Aktivitäten

Wirtschaftlich



- Auftragsforschung
- Sponsoring
- Dienstleistungen für Unternehmen.

Die Praxis: Marktübliche Preise & Vollkosten

- ✓ Für wirtschaftliche Leistungen muss die Hochschule einen Preis verlangen, der alle Kosten deckt und marktüblich ist.
- ✓ Das schließt die Gemeinkosten (Overhead) für Verwaltung, Miete, Strom etc. zwingend mit ein.
- ✓ Eine Hochschule darf Auftragsforschung nicht zum reinen Selbstkostenpreis anbieten – das wäre eine verbotene Subvention (Beihilfe).

Merksatz: Overhead ist keine interne Schikane, sondern zwingende EU-Compliance. Kalkulieren Sie ihn von Anfang an in Ihre Angebote ein.

Checkliste für Ihr nächstes Fundraising-Vorhaben

Prüfen Sie diese Punkte vor jeder Zusage.

A. STRUKTUR & ZUSTÄNDIGKEIT

- ☐ Wer ist der exakte Rechtsträger/Vertragspartner (Hochschule, e.V., ...)?
- ☐ Wer ist zeichnungsberechtigt und hat die interne Freigabe erteilt?
- ☐ Ist der Geldfluss geklärt (offizielles Projektkonto, kein Privatkonto)?

C. HOCHSCHUL-SPEZIFIKA (falls zutreffend)

- ☐ Ist die Drittmittelanzeige gestellt und die Annahme dokumentiert?
- ☐ Sind Overhead/Gemeinkosten einkalkuliert?
- ☐ Ist eine Kopplung mit einer Vergabe/Beschaffung ausgeschlossen?

B. MITTELART & STEUER

- ☐ Echte Spende (unentgeltlich) oder Sponsoring (Gegenleistung)?

- ☐ Bei Sponsoring: Gegenleistungspaket
- ☐ Bei Sponsoring: Gegenleistungspaket präzise definiert?
- ☐ Ist die Umsatzsteuer geklärt (netto/brutto)?
- ☐ Bei Sachleistungen/Direktzahlung: Ist der tauschähnliche Umsatz bedacht?

D. VERTRAG & DOKUMENTATION

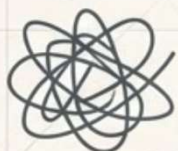
- ☐ Liegt ein schriftlicher Vertrag vor, der Leistung und Gegenleistung klar regelt?
- ☐ Klausel zur wissenschaftlichen Unabhängigkeit enthalten?
- ☐ Wurde der Sponsor über Transparenzpflichten (Sponsoringbericht/IFG) informiert?

Vom Provisorium zur Professionalität: Ihre Roadmap

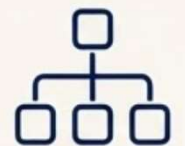
Rechtssicheres Fundraising ist kein Zufall, sondern das Ergebnis einer klaren Struktur und sauberer Prozesse.

Your Next Steps:

1. **Status klären:** Bestimmen Sie Ihren Archetyp (Hochschulprojekt, GbR, e.V.). Falls Sie eine „informelle Initiative“ sind, schaffen Sie dringend eine klare Rechtsform (z.B. über einen Förderverein), um die persönliche Haftung zu beenden.
2. **Prozesse definieren:** Legen Sie einen Standardprozess fest. Wer prüft Anfragen? Wer darf verhandeln? Wer gibt Verträge frei? Nutzen Sie die Checkliste als Leitfaden für jede einzelne Maßnahme.
3. **Transparenz schaffen:** Kommunizieren Sie die Spielregeln intern im Team und extern gegenüber Partnern. Eine klare Haltung zu Spende vs. Sponsoring, Overhead und Transparenz schafft Vertrauen und verhindert Missverständnisse.



Chaos



Structure

HÄRTING ●●●

Jan Mönikes

Fachanwalt für Medien- und Urheberrecht
moenikes@haerting.de

[linkedin.com/in/janm3](https://www.linkedin.com/in/janm3)



HÄRTING Rechtsanwälte | www.haerting.de
Chausseestr. 13, 10115 Berlin | Tel. +49 30 28 30 57 40 | Fax. +49 30 28 30 57 44