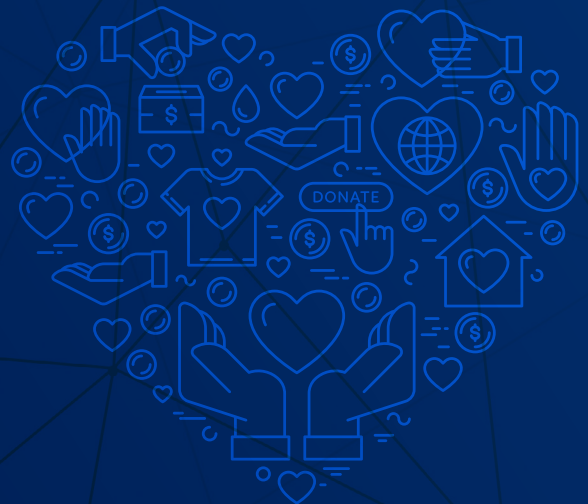


# SPENDEN STATT ENTSORGEN!

---

EIN GEMEINSAMER WEG FÜR DEN  
ABBAU STEUERLICHER NACHTEILE  
UND EINFACHERES SPENDEN  
VERBRAUCHSFÄHIGER WARE



## SPENDEN, STATT ENTSORGEN!

### Wie sich steuerliche und ökonomische Hindernisse für eine soziale und nachhaltige Verwendung von Produktionsüberhängen und Warenrücksendungen abbauen lassen

Ein Teil aller Produkte, die weltweit hergestellt werden, sind der ursprünglichen Wertschöpfungskette entzogen - sei es als Produktionsüberhänge, Fehlproduktionen oder Warenrücksendungen an die ursprünglichen Hersteller, Groß- und Zwischenhändler oder im Endkundengeschäft. Dabei handelt es sich nicht nur um verdorbene oder nicht mehr verkaufsfähige Ware, sondern oft auch um Produkte, die lediglich nicht zur rechten Zeit, nicht am rechten Ort oder nicht in der richtigen Form oder Ausstattung hergestellt oder gehandelt werden. Dies bedeutet nicht nur für die betroffenen Unternehmen einen betriebswirtschaftlichen Verlust, sondern auch auf volkswirtschaftlicher und globaler Ebene. Aber nicht nur wirtschaftliche Gründe, sondern immer stärker auch ökologische und ethische Gesichtspunkte sowie eine globale und gesamtgesellschaftliche Verantwortung der Wirtschaft berechtigen die Kritik daran.

Betroffen davon ist – Stichwort: „Retourenvernichtung“ - auch die E-Commerce-Branche. Zwar liegt in Deutschland die Menge der nach Rücksendung nicht mehr zu vermarktenden Waren nachweislich nur im geringen Promillebereich und die Gründe, die zur Entsorgung führen, liegen nach einer Studie der Forschungsgruppe Retourenmanagement an der Universität Bamberg entweder im rechtlichen Bereich – Stichworte: „Hygiene“ oder „Vertriebsbeschränkungen“ – oder an der Ware selbst – Stichworte: „Haltbarkeit“ und „Reparaturfähigkeit“. Aber trotzdem besteht noch Optimierungsbedarf. Schließlich möchte keine Kaufrau, möchte kein Kaufmann Ware wegwerfen. Zudem ist der E-Commerce Vorreiter von Digitalisierung und Prozessoptimierung und steht für den unbedingten Willen zur Innovation. Wer also, wenn nicht wir, ist hier prädestiniert voranzuschreiten?

Wären da nicht einige Hürden, die es unnötig erschweren oder gar vereiteln Ware, die noch gebrauchsfähig ist, aber nicht mehr verkauft werden kann, einem sozialen

Zweck zuzuführen, würden viel mehr Produkte gespendet. So ist es wichtig, ein noch breiteres Bewusstsein für die Problematik zu schaffen und konkretere Lösungsmöglichkeiten aufzuzeigen. Dann ist es gerade für kleine und mittelständische Unternehmen schwer, geeignete und seriöse Ansprechpartner im sozialen Bereich zu finden und mit ihnen eine mit den bestehenden Prozessen im Unternehmen kompatible, kontinuierliche und verlässliche Zusammenarbeit aufzubauen. Und schließlich darf die Spendenbereitschaft nicht länger durch das bestehende Steuerrecht blockiert werden.

Diese Hürden abzubauen, haben wir uns vorgenommen. So ist es Aufgabe des bevh, zu informieren und gemeinsam mit Partnern Pilot- und Leuchtturmprojekte aufzubauen oder zu fördern. Eines davon ist unser Mitglied Innatura, eine gemeinnützige GmbH, die als „elektronischer Marktplatz“ Sachspenden für soziale Zwecke vermittelt und so als Partner für unsere gesamte Branche sowie für Hersteller fungiert. Als steuerrechtliche Spezialisten, mit allgemein anerkannter Expertise versehen und von der Sache überzeugt, haben wir zudem EY gewonnen: Das renommierte internationale Prüfungs- und Beratungsunternehmen beleuchtet die bestehende Problematik im deutschen Steuerrecht und zeigt eine rechtlich und im europäischen Kontext einwandfreie Möglichkeit auf, aus ökologischer und sozialer Sicht nachhaltiger zu agieren. Das Ergebnis unserer Zusammenarbeit stellen wir Ihnen in dieser Broschüre vor.

Ihr

**Christoph Wenk-Fischer**

**bevh-Hauptgeschäftsführer**



## SPENDEN DARF NICHT TEUERER ALS WEGWERFEN BLEIBEN!

Jedes Jahr werden in Deutschland fabrikneue Konsumgüter im Marktwert von mindestens 7 Milliarden Euro entsorgt, von denen ein Drittel einwandfrei und für den gemeinnützigen Sektor verwendbar sind (BCG 2010). Produktspenden haben ein erhebliches Wachstumspotential, erwachsen sozusagen gerade erst aus dem „Dornröschenschlaf“.

Unternehmen wollen spenden, dadurch glaubhaft ihr gesellschaftliches Engagement zeigen, erheblichen sozialen Nutzen stiften und die Umwelt entlasten. Zugleich wollen sie aber sicher sein, daß ihre Spenden tatsächlich bei gemeinnützigen Organisationen ankommen und ihre Marken geschützt werden. Gemeinnützige Organisationen können bei stetig knappen Budgets durch Produkte, die sie gespendet bekommen und nicht zu Marktpreisen erwerben müssen, ihre wertvolle gesellschaftliche Arbeit absichern oder gar ausdehnen.

Da Unternehmen in der Regel die kleinteilige, bedarfsge- rechte Distribution an die vielen Gemeinnützigen nicht selbst vornehmen wollen oder können, gibt es sog. product redistribution charities – gemeinnützige Organisationen, die diese Spenden in großem Stil einsammeln und bedarfsge- recht mit eigener Logistik verteilen. In Deutschland ist eine Drehscheibe für fabrikneue Spenden die gemeinnützige In- natura, bei der nahezu jede in Deutschland als gemeinnützig anerkannte Organisation bequem aus einem Onlinekatalog mit über 1.000 verschiedenen von Unternehmen gespen- deten Artikeln bestellen kann und diese gegen eine geringe Vermittlungsgebühr geliefert bekommt.

Innatura ist das deutsche Mitglied des in Kind Direct Inter- national Network unter Schirmherrschaft des britischen Thronfolgers und setzt sich zusammen mit den Schwester- organisationen in Kind Direct (UK), Dons Solidaires (Frank- reich) und in Kind Direct Singapore für die Verbreitung der

Produktphilanthropie und deren faire Besteuerung ein. Das Netzwerk hat insgesamt Spenden im Marktwert von bislang 450 Millionen Euro verteilt (Innatura davon 20 Millionen Euro seit Start 2013 an über 1.500 gemeinnützige Organi- sationen). Trotz dieser Zahlen entscheiden sich immer noch zu wenige Unternehmen dafür, konsequent Produkte aus allen Stufen der Wertschöpfungskette zu spenden.

Der wichtigste Grund ist, daß Spenden in Deutschland für Unternehmen in der Regel teurer als die Entsorgung der Waren ist. Denn die Spende ist wie ein Umsatz zu verbuchen. Eine Umsatzsteuerallast entsteht, die durch Zuwendungs- beschneidungen nur teilweise kompensiert wird. Viele Un- ternehmen entscheiden sich aus ökonomischen Gründen für Entsorgung statt Spende. Von drei potentiellen Spendern- unternehmen, die sich nach der Möglichkeit einer Spende über Innatura erkundigen, wird nur eines tatsächlich zum Spender, den anderen ist es zu teuer oder zu unsicher, zu spenden.

Besonders lebhaft wird zur Zeit über einen kleinen Aus- schnitt der nicht benötigten und zum Teil entsorgten Waren diskutiert – über Retouren im Online-Handel. Dabei sind Retouren ein Thema, das online und offline existiert, und die Diskussion fokussiert auf Endkundenretouren, ohne die um- fangreichen Händlerretouren – ebenfalls offline mit hohem Aufkommen – zu berücksichtigen. In dieser Diskussion ist es wichtig, das Gesamtbild im Blick zu haben: die häufigsten Gründe für Entscheidungen entlang der Wertschöpfungskette sind Produktionsfehler, defekte Umverpackungen, Überm- gen Neuaufmachungen, Aktions- und Saisonartikel – erst dann folgen Retouren (in Kind Direct 2017). Die aktuelle steuerliche Behandlung von Sachspenden wird von vielen Unternehmen als Hürde angesehen, überhaupt oder mehr zu spenden – und dieses Argument wird von Herstellern, Offline- und Online- Händlern gleichermaßen angeführt.

Daneben gibt es weitere Gründe die Unternehmen von einer – eigentlich oft gewollten – Spende abhalten: (1) Un- ternehmen wissen oft nicht, wo entlang der Wertschöpfungs- kette einwandfrei verwendbare Produkte anfallen, die aus verschiedensten Gründen entsorgt werden. (2) Systemati- sches Spenden erfordert bereichsübergreifende Prozesse, die oft erst geschaffen und unterstützt werden müssen (eine Sachspende ist kein Standard-Geschäftsvorfall). (3) viele Unternehmen können die Distribution an Gemeinnützige selbst nicht leisten, kennen jedoch Innatura und die Mög- lichkeit, hierüber ihre Produkte über 4.000 Gemeinnützigen anzubieten, noch nicht.

Vor dem Hintergrund der gesellschaftlichen Entwicklungen und negativer Umwelteffekte müssen Lösungen gefunden werden, damit Spenden nicht teurer als Wegwerfen ist. Dabei ist es unerheblich, aus welchem Grund ein einwandfrei verwendbares Produkt entsorgt werden soll.

Notwendige Lösungsbausteine für eine Ausschöpfung des Spendepotentials und damit der Steigerung des sozialen Nutzens sind:

- > Entfall des finanziellen Mehraufwandes für eine Sachspende, idealerweise ergebnisneutral
- > Entfall des administrativen Mehraufwandes (praktikabler Nachweis des Spendeneverbleibs)
- > Lösung muß auch Spenden einwandfreier Ware (Überhängige) abdecken

Konkret fordert die Innatura klare rechtliche Regelungen, die Unternehmen Sicherheit über die finanziellen Konsequenzen ihrer Spendentätigkeit geben und Anreize schaffen, Produkte zu spenden, statt sie zu entsorgen.

**Dr. Juliane Kronen**  
Gründerin & Geschäftsführerin  
Innatura gemeinnützige GmbH



 **Innatura**  
vermittelt Sachspenden  
für soziale Zwecke

# KEINE STEUERBELASTUNG AUF SACHSPENDEN



Sachspenden unterliegen als sog. „unentgeltliche Wertabgabe“ nach § 3 Abs. 1b UStG der Umsatzsteuer, soweit der Gegenstand der Spende zum vollen oder teilweisen Vorsteuerabzug berechtigt hat. Sie werden trotz fehlender Gegenleistung einer Lieferung gegen Entgelt gestellt. Damit trägt der leistende Unternehmer die Definitivbelastung mit Umsatzsteuer obwohl sie, als allgemeine Verbrauchssteuer, grundsätzlich den inländischen Letztverbraucher belasten soll.

Das originäre Motiv hinter einer Gleichstellung der unentgeltlichen Wertabgabe mit entgeltlichen Lieferungen war die Verhinderung eines unversetzten Letztverbrauchs durch Selbstversorgung des Unternehmers oder seines Personals, um diese mit regulären Endverbräuchern gleichzustellen.

Ursprünglich war nur eine unentgeltliche Wertabgabe für Zwecke, die außerhalb des Unternehmens liegen, umsatzsteuerbar. Seit Einführung eines neuen Tabakbestandsmerkmals mit Wirkung ab 1.4.1999 zur Umsetzung der 6. EG-Richtlinie ist die Unterscheidung zwischen unternehmerischer und unternehmensfremder Verwendung nunmehr unerheblich für die Steuerbarkeit und die Sachspenden unterliegen in jedem Fall der Umsatzsteuer. Dies ist insbesondere vor dem Hintergrund früherer BfH-Rechtsprechung beachtlich, die Sachspenden nicht als unentgeltliche Wertabgaben, sondern als nicht steuerbare Leistungen qualifiziert, sofern diese aus überwiegend geschäftlichen Interessen erfolgen. In diesem Fall lägen keine persönlichen Motive des Unternehmens vor, die eine Eigenverbrauchsfunktion der gespendeten Waren und damit eine Besteuerung rechtfertigen könnten.

Der Gesetzesbegründung zu dem auf unternehmerische Verwendung erweiterten Tatbestand lässt sich gleichwohl nicht entnehmen, dass diese Rechtsprechung durch die Neufassung des § 3 Abs. 1b Nr. 3 UStG ausgehebelt werden sollte. In der Literatur wird die Vorschrift in systematischer Hinsicht insbesondere im Hinblick auf das Neutralitätsgebot der Umsatzsteuer kritisch betrachtet. Lediglich für unentgeltliche Wertabgaben, die der Anbahnung späterer Umsätze dienen und für Geschenke von geringem Wert, soll nach Art. 16 der Mehrwertsteuersystem-Richtlinie (MwStSystRL) eine Ausnahme greifen. Die Wertgrenze für solche Geschenke liegt bei 35 Euro netto pro Empfänger und Kalenderjahr. Regelmäßige und in der Summe höherpreisige Sachspenden sind durch diese Regelung also nicht ohne entsprechende Umsatzsteuerbelastung möglich.

Als einzigen Weg, eine Umsatzbesteuerung auf gespendete Leistungen im Einklang mit der geltenden MwStSystRL abzuwenden, sehen sowohl die Oberfinanzdirektion (OFD) Niedersachsen als auch die Landesfinanzbehörde Hamburg (sog. „Bäcker-Erläss“) in der Folge nur eine Lösung in der Bemessungsgrundlage. Laut OFD-Verfügung vom 22.12.2015 tendiere der Wert einer Sachspende bei unverkäuflichen Waren „natunggemäß gegen 0 Euro“. Als Beispiele werden Lebensmittel (kurz vor Ablauf des Mindesthaltbarkeitsdatums) und Non-Food-Artikel mit falscher Etikettierung oder unzureichender Befüllung genannt.

Weniger „naturgemäß“ gestaltet sich die Annahme eines Wertes von 0 Euro, wenn die gespendeten Waren nicht aufgrund von Produktionsfehlern oder Transportbeschädigung unverkäuflich sind oder rechtliche Beschränkungen (bspw. aufgrund von Hygienevorschriften) eine Weiterbearbeitung nahe legen, sondern vielmehr betriebswirtschaftliche Erwägungen eine faktische Unverkäuflichkeit für den Unternehmer begründen. Darunter kann eine Vielzahl von Fallgestaltungen fallen, etwa nötige Lagerräumungen durch Produktionsüberhänge, logistische Fehlpfanung oder zu langsame Verkäuflichkeit der Ware bzw. modische oder technische Überholung, aber auch herstellereigentliche Verkaufsschränkungen. Nach einer Erhebung von Greenpeace kann das prinzipiell Produkte aus allen Wertengruppen betreffen, am häufigsten aber Kleidung oder Elektronik.

Da das Umsatzsteuerrecht bei unentgeltlichen Wertabgaben vom Grundsatz her auf den Einkaufspreis zzgl. Nebenkosten oder mangeln Einkaufspreises, auf die Selbstkosten im Zeitpunkt der Spende abstellt (§ 10 Abs. 4 Nr. 1 UStG), münden den Wiederbeschaffungspreise bzw. die Reproduktionskosten, um den Gegenstand erneut zu erwerben, ist eine Bemessungsgrundlage von 0 Euro in den genannten Fällen mit großer Rechtsunsicherheit behaftet.

So mag zwar für falsch etikettierte Waren ein Wert von 0 Euro unkompliziert belegbar sein, allerdings ist der wertharabsetzende Mangel in diesem Fall der Ware selbst inhärent, während die Wertminderung in den oben aufgeführten Fällen der betriebswirtschaftlichen Erwägungen durch die individuellen Prozessabläufe des Unternehmens, die Marktzugangsmöglichkeiten oder die Kundenpräferenzen begründet wird, die eine (Wieder-)Einschussung in den wirtschaftlichen Verkehr nicht mehr möglich oder unrentabel machen. Problematisch ist allein die herrschende Rechts-

unsicherheit und die Befürchtung vieler Unternehmer vor langwierigen Auseinandersetzungen in Betriebsprüfungen und schlussendlich hohen Umsatzsteuererstattungen inkl. Verzinsung. Aus diesem Grund sehen sie die Vernichtung oftmals als unternehmerisch rationalste Alternative an. Einer Studie der Universität Bamberg zu den Hintergründen von Retourenverrichtung zufolge, wären ca. 40 % aller vernichteten Retouren noch spendentauglich gewesen. Die Studie belegt auch, dass die Erhebung von Umsatzsteuer auf Spenden fehlerrisikoreich im Vergleich zur günstigen Vernichtung (schätzungsweise 85 Cent pro Artikel) schaffte.

Dabei könnten diese Hürden beseitigt werden, in dem in einem bundeseinheitlich gültigen Erlass klargestellt wird, dass eine Sachspende an gemeinnützige Organisationen für umsatzsteuerliche Zwecke mit einem Wert von 0 Euro angesetzt werden kann, sofern der Unternehmer sie – gleich aus welchen Gründen – nicht mehr auf dem üblichen Handelsweg verreiben kann. In einer Mitteilung vom 25.10.2017 zum Thema Lebensmittelspenden bestätigt die EU-Kommission, dass sich steuerliche Anreize nachweislich positiv auf das Spendenverhalten auswirken können und eröffnet den Mitgliedstaaten die Möglichkeit, das Spenden zu Wohltätigkeitszwecken umsatzsteuerlich zu erleichtern.

Die vorgeschlagene Vereinfachungslösung wäre dabei nicht nur praktikabel, sondern auch systemkonform möglich, da für Waren, die nicht mehr bestimmungsgemäß verkauft werden können, kein relevanter Markt besteht, der einen anderen Wert als 0 Euro im Spendenzeitpunkt indizieren kann. Nachteil einer Erlassregelung ist, dass die Rechtsprechung eine andere Auffassung vertreten kann. Eine gesetzliche Regelung wäre daher trotz des Erlasses weiterhin angezweifelt.

Die Anwendung der Vereinfachungsregelung sollte zur Vermeidung von Steuerrechtsmissbrauch an die Bedingung geknüpft werden, dass der Gegenstand wirklich an eine gemeinnützige Organisation i. S. d. §§ 51 ff. AO gelangt, die diesen ausschließlich für ihre satzungsmäßigen Zwecke verwendet. Dadurch kann eine unversetzte Wiedereinschussung in den wirtschaftlichen Warenverkehr bzw. die Wertschöpfungskette vermieden werden, die das Alphasparensteuersystem mit Vorsteuerabzug durchbrechen würde. Ein solcher Nachweis könnte durch eine Empfangsbestätigung der gemeinnützigen Einrichtung geführt werden. Diese ist jedoch nicht mit einer ordentlichen Spendenbescheinigung gleichzusetzen, die im Fall einer Sachspende „ohne Wert“ natürlich nicht ausgestellt werden dürfte und damit auch keine ertragssteuerliche Relevanz hat.

In vielen anderen Bereichen geht die Bundesregierung bereits mit gutem Beispiel voran. Müll zu reduzieren und insgesamt nachhaltiger und ressourceneffizienter zu wirtschaften. So hat sie eine Strategie beschlossen, mit der die Lebensmittelabfälle bis 2030 um die Hälfte gesenkt werden sollen und es soll die Forschung im Bereich ressourceneffizienter Kreislaufwirtschaft gefördert werden.

Angesichts des Wertewandels, der sich gesamtgesellschaftlich vollzieht, wäre es auch aus steuereffizienter Sicht an der Zeit, ein Zeichen zu setzen. Für verantwortungsbewusstes nachhaltiges Wirtschaften. Für die sozialen Einrichtungen. Für alle spendenwilligen Unternehmer.



**Peter Schilling**  
Head of Indirect Tax Germany – Switzerland – Austria  
Steuerberater  
**Partner**  
**Ernst & Young GmbH**  
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Diese Broschüre hat der Bundesverband E-Commerce  
und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh)  
bei seinem Mitglied Onlineprinters GmbH gedruckt.



Bundesverband E-Commerce und  
Versandhandel Deutschland e.V. (bevh)

Friedrichstraße 60  
10117 Berlin

Tel.: +49 (30) 40 36 75 10  
E-Mail: [info@bevh.org](mailto:info@bevh.org)

[www.bevh.org](http://www.bevh.org)

V.i.S.d.P

Christoph Wenk-Fischer  
Hauptgeschäftsführer



innatura gemeinnützige GmbH

Landgrafenstraße 73  
50931 Köln

Tel.: +49 (221) 40 69 975  
E-Mail: [team@innatura.org](mailto:team@innatura.org)

[www.innatura.org](http://www.innatura.org)



Ernst & Young GmbH

Friedrichstraße 140  
10117 Berlin

Tel.: +49 (30) 254710  
E-Mail: [national.office.tax@de.ey.com](mailto:national.office.tax@de.ey.com)

[www.ey.com](http://www.ey.com)