

Spontan gedacht: Klopp und die Spende

Rafael Alfen | Fundraiser & M.A. Nonprofit Management

Was bisher geschah...

Der Deutsche Fußball-Bund verpflichtet Jürgen Klopp als neuen Bundestrainer. Red Bull entlässt ihn dafür vorzeitig aus seinem noch laufenden Vertrag. Eine klassische Ablösesumme erhält das Unternehmen offenbar nicht. Stattdessen lässt der DFB der gemeinnützigen Stiftung *Wings for Life*, die sich der Rückenmarksforschung widmet und Red Bull nahesteht, eine Million Euro zukommen.

Zunächst berichteten Medien über diese Konstruktion. Bei der Vorstellung Klopps bestätigte DFB-Präsident Bernd Neuendorf die Vereinbarung. Bemerkenswert ist dabei zunächst die Wortwahl: Neuendorf sprach nicht von einer „Spende“, sondern von einer „Zuwendung“.[1]

Der DFB habe sich

„in Anerkennung dessen, dass die Freigabe hier so unkompliziert und unbürokratisch erfolgt ist“

zu zwei Dingen bereit erklärt: zu einer Zuwendung von einer Million Euro an die Red-Bull-nahe Stiftung *Wings for Life* und zu drei Länderspielen der Männer-Nationalmannschaft in Leipzig bis zum Jahr 2030.[2]

Neuendorf ergänzte:

„Insofern zeigen wir uns hier erkenntlich in Richtung Leipzig, der Stiftung und des Unternehmens.“ [3]

Die öffentlich erkennbare Konstruktion lässt sich damit zunächst nüchtern zusammenfassen:

Red Bull entlässt Jürgen Klopp vorzeitig aus einem langfristigen Vertrag. Der DFB erhält dadurch die Möglichkeit, ihn als Bundestrainer zu verpflichten. Im Zusammenhang mit dieser Einigung zahlt der Verband eine Million Euro an *Wings for Life* und sagt außerdem drei Länderspiele in Leipzig zu.

Über die konkrete Vertragsgestaltung ist bislang nichts bekannt. Wir wissen nicht, ob die Million ausdrücklich zur Bedingung für die Freigabe Klopps gemacht wurde. Wir wissen nicht, wie der DFB die Zahlung buchhalterisch oder steuerlich behandelt. Ebenso wenig ist bekannt, ob *Wings for Life* dafür eine Zuwendungsbestätigung ausstellen wird oder ob der DFB eine solche überhaupt beansprucht.

Eine abschließende rechtliche Bewertung des konkreten Vorgangs wäre deshalb voreilig.

Der Fall wirft dennoch zwei Fragen auf, die weit über den Fußball hinausreichen. Zum einen, warum mein Pizzateig letzte Woche trotz richtiger Mengenangaben nicht aufgegangen ist. Ich grüble noch heute. Zum anderen geht es um einen Begriff, den viele Medien für die Zahlung beinahe selbstverständlich verwendet haben:

Spende.

Aber was muss eigentlich erfüllt sein, damit eine Zahlung diesen Namen verdient?

Freiwillig heißt noch nicht unentgeltlich

§ 10b des Einkommensteuergesetzes ermöglicht den steuerlichen Abzug von Zuwendungen zur Förderung steuerbegünstigter Zwecke. Was eine solche Zuwendung zu einer Spende macht, hat insbesondere die Rechtsprechung des Bundesfinanzhofs präzisiert.

Danach muss eine Spende freiwillig und unentgeltlich geleistet werden.[4]

Diese beiden Voraussetzungen klingen ähnlich, meinen aber nicht dasselbe.

Freiwilligkeit fragt zunächst danach, ob der Zahlende aus eigenem Willen handelt. Dabei schließt eine rechtliche oder vertragliche Verpflichtung die Freiwilligkeit nicht automatisch aus. Nach dem Bundesfinanzhof genügt es grundsätzlich, wenn eine Zuwendung aufgrund einer freiwillig eingegangenen rechtlichen Verpflichtung geleistet wird.[5] Wer sich aus freien Stücken auf eine Vereinbarung einlässt und darin eine Zahlung zusagt, kann diese Verpflichtung freiwillig übernommen haben.

Auch der DFB dürfte die Vereinbarung mit Red Bull freiwillig geschlossen haben. Der Verband war nicht gezwungen, Jürgen Klopp zu verpflichten, drei Länderspiele in Leipzig zuzusagen oder eine Million Euro an *Wings for Life* zahlen zu lassen.

Doch damit ist noch nicht entschieden, ob diese Million eine Spende ist.

Denn Freiwilligkeit ist nicht dasselbe wie Unentgeltlichkeit.

Man kann sich vollkommen freiwillig auf ein entgeltliches Geschäft einlassen. Wer freiwillig ein Konzertticket kauft, spendet nicht an den Veranstalter. Wer aus freien Stücken einen Kaufvertrag unterschreibt, macht dem Verkäufer kein Geschenk. Und wer freiwillig eine Zahlung

zusagt, um dafür einen bestimmten Vorteil zu erhalten, handelt zwar ohne Zwang – aber nicht unentgeltlich.

Die Unentgeltlichkeit bezeichnet der Bundesfinanzhof als ein für die Spende und den Spendenabzug „konstitutives Merkmal“. Eine Spende müsse ohne die Erwartung eines besonderen Vorteils gegeben werden; die Spendenmotivation müsse im Vordergrund stehen.[6] Besteht dagegen ein unmittelbarer und ursächlicher Zusammenhang mit einer Gegenleistung, kann die Zahlung nicht allein deshalb als Spende behandelt werden, weil sie an eine gemeinnützige Organisation fließt.

Dabei muss der Vorteil nicht einmal vom Empfänger des Geldes selbst gewährt werden.

Der Bundesfinanzhof stellt ausdrücklich fest, dass die Unentgeltlichkeit auch dann fehlen kann, wenn die Zuwendung unmittelbar und ursächlich mit einem Vorteil zusammenhängt, den ein Dritter gewährt. Dieser Vorteil muss nicht einmal unmittelbar wirtschaftlicher Natur sein.[7] Für die Bewertung darf also nicht ausschließlich auf die unmittelbare Beziehung zwischen Zahlendem und Zahlungsempfänger geschaut werden. Entscheidend ist der gesamte Zusammenhang.

Genau das ist für den Fall des DFB von Bedeutung.

Die Stiftung *Wings for Life* muss dem Verband selbst nichts versprochen haben. Sie entscheidet auch nicht darüber, ob Jürgen Klopp seinen Vertrag bei Red Bull vorzeitig beenden darf. Der mögliche Vorteil für den DFB stammt vielmehr von einem Dritten: Red Bull gibt Klopp frei und eröffnet dem Verband damit die Möglichkeit, ihn zu verpflichten.

Die maßgebliche Frage lautet deshalb nicht:

Welche Gegenleistung erhält der DFB von Wings for Life?

Sondern:

Hängt die Zahlung an Wings for Life unmittelbar mit einem Vorteil zusammen, den Red Bull dem DFB gewährt?

Der DFB selbst stellt diesen Zusammenhang in seiner öffentlichen Kommunikation her. Die Millionenzahlung und die drei Länderspiele werden nicht als unabhängige Förderung der

Rückenmarksforschung beschrieben. Sie erscheinen vielmehr als zwei Reaktionen auf dasselbe Entgegenkommen: die vorzeitige Freigabe Jürgen Klopps.

Damit könnte die Zahlung durchaus freiwillig erfolgt sein.

Aber eben nicht unentgeltlich.

Oder einfacher formuliert:

Der DFB musste die Million nicht zahlen. Er wollte aber offenbar etwas, für das er sie zahlte.

Wir kennen die Verträge nicht. Deshalb können wir nicht abschließend beurteilen, ob die Zahlung steuerrechtlich tatsächlich als Gegenleistung einzuordnen ist. Die öffentliche Darstellung legt diese Frage aber sehr deutlich nahe:

Wäre die Million auch geflossen, wenn Red Bull Jürgen Klopp nicht aus seinem Vertrag entlassen hätte?

Falls die Antwort darauf Nein lautet, spricht viel dafür, dass es sich um einen Bestandteil der Vereinbarung handelt – unabhängig davon, dass das Geld einem guten Zweck zugutekommt.

Denn der gemeinnützige Zweck beantwortet zunächst nur, **wofür** das Geld verwendet wird.

Ob es eine Spende ist, entscheidet sich auch daran, **warum** es gezahlt wurde.

Warum diese Grenze wichtig ist

Man könnte einwenden: Ist das nicht vor allem eine Frage für Steuerjuristinnen?

Am Ende erhält eine gemeinnützige Stiftung eine Million Euro. Das Geld soll der Rückenmarksforschung zugutekommen. Und ganz ehrlich: Es gibt deutlich schlechtere Orte, an denen eine Million Euro landen kann (Vorschläge bitte in die Kommentare. Reichweite, Clickbait und so... ihr wisst, was ich meine). Warum also so genau auf einem Begriff bestehen?

Weil der Begriff „Spende“ mehr bezeichnet als den Empfänger einer Zahlung.

Er beschreibt eine bestimmte Form gesellschaftlichen Handelns.

Menschen stellen einer Organisation Geld zur Verfügung, ohne dafür eine gleichwertige Gegenleistung zu verlangen. Sie verzichten bewusst auf einen unmittelbaren eigenen Vorteil und vertrauen darauf, dass die Organisation die Mittel für einen gemeinnützigen Zweck einsetzt.

Der Staat erkennt dieses Verhalten steuerlich an, weil private Mittel freiwillig und unentgeltlich für Zwecke zur Verfügung gestellt werden, die der Allgemeinheit dienen.

Dieses System beruht auf einer klaren Trennung.

Auf der einen Seite stehen Spenden: freiwillige und unentgeltliche Zuwendungen zur Förderung steuerbegünstigter Zwecke.

Auf der anderen Seite stehen Entgelte, Gebühren, Eintrittspreise, Sponsoringzahlungen, Ablösen und andere Leistungen innerhalb eines Austauschverhältnisses. Auch solche Zahlungen können sinnvoll sein. Auch sie können gesellschaftlich erwünschte Wirkungen entfalten. Und auch sie können am Ende einem guten Zweck zugutekommen. Aber sie folgen einer anderen Logik.

Diese Unterscheidung ist keine sprachliche Haarspalterei. Sie entscheidet darüber, welche Erwartungen mit einer Zahlung verbunden sind, wie sie steuerlich behandelt werden darf und welche Pflichten für die empfangende Organisation entstehen.

Vor allem aber schützt sie das Vertrauen in einen Begriff, auf den der gemeinnützige Sektor angewiesen ist. Vertrauen also. Schon wieder. Props an Kai Fischer, der mir diesen Gedanken hartnäckiger eingepflanzt hat, als ihm vermutlich bewusst ist.

Wer spendet, soll darauf vertrauen können, dass eine Spende nicht lediglich ein freundlicheres Wort für ein Geschäft ist.

Denn sobald jede Zahlung an eine gemeinnützige Organisation zur Spende erklärt wird, verschwimmt die Grenze. Dann könnte der vollständige Preis eines Benefizessens als Spende gelten. Die Zahlung eines Sponsors wäre eine Spende, obwohl er dafür Sichtbarkeit, Werberechte und vertraglich vereinbarte Leistungen erhält. Und auch eine Ablöse ließe sich sprachlich in eine Spende verwandeln, solange das Geld nicht an den bisherigen Vertragspartner, sondern an eine gemeinnützige Organisation überwiesen wird.

Doch der gute Zweck verändert nicht automatisch den Charakter des Geschäfts.

Das zeigt sich besonders deutlich beim Sponsoring.

Auch dabei fließt Geld häufig an eine gemeinnützige Organisation. Es kann wichtige Projekte ermöglichen und aus einer ehrlichen Verbundenheit mit dem Zweck heraus gezahlt werden.

Gleichzeitig erhält der Sponsor aber eine vereinbarte Gegenleistung: Logo-Präsenz, Reichweite, Kommunikationsleistungen, Einladungen oder Zugang zu bestimmten Zielgruppen.

Das macht Sponsoring nicht schlechter als eine Spende.

Es macht es nur zu etwas anderem.

Gerade professionelles Fundraising lebt davon, diese Unterschiede zu kennen und transparent zu benennen. Eine Organisation muss wissen, ob sie eine Spende erhält, einen Sponsoringvertrag schließt, eine Leistung verkauft oder eine zweckgebundene Zahlung im Rahmen einer umfassenderen Vereinbarung entgegennimmt.

Nicht jede Unterstützung muss eine Spende sein, um wertvoll zu sein.

Das Problem beginnt dort, wo die Bezeichnung nicht mehr zur tatsächlichen Beziehung passt.

Im Fall des DFB ist die Zahlung an *Wings for Life* nicht deshalb irritierend, weil die Stiftung einen guten Zweck verfolgt. Im Gegenteil: Dass eine Million Euro der Rückenmarksforschung zugutekommt, ist erfreulich.

Die Irritation entsteht aus dem Zusammenhang.

Red Bull gibt Jürgen Klopp vorzeitig frei. Der DFB erhält dadurch einen konkreten Vorteil. In Anerkennung dieses Entgegenkommens sagt der Verband eine Millionenzahlung an eine Red-Bull-nahe Stiftung und drei Länderspiele in Leipzig zu.

Auf die Idee, die drei Länderspiele als Sachspende zu bezeichnen, ist bislang jedenfalls niemand gekommen. Warum sollte für die gleichzeitig zugesagte Million etwas grundsätzlich anderes gelten?

Die Antwort könnte in der Verwendung des Geldes liegen: Die Million fließt an eine gemeinnützige Stiftung und nicht unmittelbar an Red Bull. Damit ist aber zunächst nur geklärt, wer die Zahlung erhält und welchem Zweck sie dient.

Nicht geklärt ist, warum sie erfolgt.

Eine Zahlung kann gemeinnützig verwendet werden und trotzdem Teil einer Gegenleistung sein. Eine Organisation kann mit dem Geld Gutes tun, obwohl der Zahlende nicht vorrangig aus einer Spendenmotivation heraus handelt. Und eine Vereinbarung kann gesellschaftlich wünschenswerte Folgen haben, ohne deshalb eine Spende zu enthalten.

Das anzuerkennen, wertet die Zahlung nicht ab.

Es schützt vielmehr die Spende davor, zu einem beliebig einsetzbaren Etikett zu werden.

Denn der gemeinnützige Sektor lebt nicht allein davon, dass Geld fließt. Er lebt auch davon, dass Menschen den Formen vertrauen können, in denen es fließt.

Wer spendet, verzichtet auf eine Gegenleistung.

Wer bezahlt, erwartet etwas.

Wer sponsert, vereinbart etwas.

Wer eine Ablöse leistet, ermöglicht etwas.

Diese Formen können aus ähnlichen Motiven entstehen. Sie können denselben gesellschaftlichen Zweck fördern. Aber sie sind nicht identisch.

Vielleicht müssen wir deshalb gar nicht darüber streiten, ob die Million des DFB moralisch gut oder schlecht ist.

Die interessantere Frage lautet:

Warum fällt es uns offenbar so schwer, eine gute Zahlung auch dann gut zu finden, wenn sie keine Spende ist?

Die moralische Kraft des Wortes „Spende“

Bleibt die Frage, warum die Zahlung dennoch so selbstverständlich als Spende bezeichnet wird.

Eine mögliche Antwort liegt in der besonderen Wirkung des Wortes selbst.

„Spende“ ist keine neutrale Bezeichnung für einen Geldfluss. Der Begriff trägt bereits eine moralische Bedeutung in sich. Wer spendet, gilt als großzügig, verantwortungsbewusst und am Gemeinwohl orientiert. Eine Spende verweist auf Verzicht: Jemand gibt etwas ab, ohne dafür einen entsprechenden eigenen Vorteil zu erwarten.

„Zahlung“, „Kompensation“, „Ablöse“ oder „Gegenleistung“ lösen andere Assoziationen aus.

Sie gehören zur Sprache des Geschäfts. In ihnen wird verhandelt, getauscht und ausgeglichen. Eine Seite erhält etwas und gibt dafür etwas anderes. Das kann vollkommen legitim sein. Es erzeugt aber nicht dieselbe moralische Aufwertung.

Vielleicht ist der Begriff „Spende“ deshalb so attraktiv.

Er erzählt nicht nur, wohin eine Million Euro fließt. Er erzählt zugleich, wie diese Zahlung verstanden werden soll.

Aus einer finanziellen Vereinbarung wird eine gute Tat.

Aus einer Kompensation wird Großzügigkeit.

Aus einem Geschäft wird eine Geschichte über gesellschaftliche Verantwortung.

Das muss nicht das Ergebnis einer bewusst geplanten Strategie sein. Sprache vereinfacht. Medien brauchen kurze Begriffe. Überschriften müssen einen komplizierten Vorgang in wenigen Worten erfassbar machen. „Millionenspende“ ist verständlich, emotional und anschlussfähig. 16 Buchstaben, zack feddich: Schlagzeile. „Zahlung an eine gemeinnützige Stiftung als Bestandteil einer Vereinbarung über die vorzeitige Vertragsfreigabe“ ist präziser, aber kaum schlagzeilentauglich.

Doch die Verkürzung ist nicht folgenlos.

Denn mit der Wahl des Begriffs verschiebt sich die Wahrnehmung des gesamten Vorgangs. Die Aufmerksamkeit richtet sich auf den guten Zweck. Die Rückenmarksforschung steht im Vordergrund. Die Frage nach dem Anlass der Zahlung tritt dahinter zurück.

Das Geld hilft.

Also erscheint auch die Zahlung selbst als uneigennützig.

Aber genau dieser Schluss ist nicht zwingend.

Ein guter Verwendungszweck kann eine Zahlung moralisch sympathischer machen. Er verwandelt ihren wirtschaftlichen Anlass jedoch nicht automatisch. Auch eine Gegenleistung kann so ausgestaltet werden, dass sie einer gemeinnützigen Organisation zugutekommt. Auch ein Geschäft kann positive gesellschaftliche Wirkungen entfalten.

Die Wirkung und der Charakter einer Zahlung sind zwei unterschiedliche Fragen.

Vielleicht lässt sich der Fall deshalb auch als Beispiel für eine verbreitete sprachliche Bewegung lesen: Sobald Geld einem guten Zweck zufließt, wird aus nahezu jeder Form der Finanzierung eine Spende.

Unternehmen „spenden“ einen Teil ihrer Verkaufserlöse, obwohl Kundinnen und Kunden zuvor ein Produkt kaufen müssen. Eintrittsgelder für Benefizveranstaltungen werden als Spenden bezeichnet, obwohl sie den Zugang zu einer konkreten Leistung eröffnen. Sponsoringzahlungen erscheinen in der öffentlichen Kommunikation als großzügige Unterstützung, während die vereinbarten Werbe- und Kommunikationsleistungen in den Hintergrund treten.

Das bedeutet nicht, dass solche Modelle illegitim sind.

Ein Unternehmen darf mit einem Verkauf einen guten Zweck unterstützen. Ein Benefizkonzert darf Eintritt kosten. Eine gemeinnützige Organisation darf Sponsoringvereinbarungen schließen. Und eine Vertragspartei darf verlangen, dass eine vereinbarte Zahlung nicht an sie selbst, sondern an eine Stiftung fließt.

Nur sollte nicht alles dasselbe heißen.

Denn die Begriffe unterscheiden nicht zwischen gutem und schlechtem Geld. Sie beschreiben unterschiedliche Beziehungen.

Eine Spende begründet keine Gegenleistung.

Sponsoring verbindet Förderung mit vereinbarter Sichtbarkeit.

Ein Kauf verbindet Geld und Produkt.

Eine Ablöse oder Kompensation gleicht einen gewährten Vorteil aus.

Alle diese Beziehungen können fair sein. Alle können gesellschaftlich sinnvolle Folgen haben. Doch nur eine davon lebt davon, dass der Zahlende auf eine Gegenleistung verzichtet.

Die Bezeichnung „Spende“ kann deshalb wie ein moralischer Verstärker wirken.

Sie hebt den guten Zweck hervor und lässt den zugrunde liegenden Austausch weniger sichtbar erscheinen. Der Begriff beschreibt dann nicht mehr nur, was geschieht. Er bewertet den Vorgang zugleich.

Im Fall des DFB entsteht dadurch eine bemerkenswerte Verschiebung.

Die nüchterne Beschreibung könnte lauten: Red Bull gibt Jürgen Klopp vorzeitig frei. Der DFB würdigt dieses Entgegenkommen durch drei Länderspiele in Leipzig und eine Zahlung von einer Million Euro an eine Red-Bull-nahe Stiftung.



Die emotional stärkere Erzählung lautet dagegen: Der DFB spendet eine Million Euro für die Rückenmarksforschung.

Beide Sätze beziehen sich auf denselben Geldfluss.

Aber sie erzählen nicht dieselbe Geschichte.

Der erste Satz macht die Vereinbarung sichtbar.

Der zweite macht die gute Tat sichtbar.

Vielleicht erklärt das, warum die Bezeichnung so schnell übernommen wurde. Die Spendenerzählung ist positiver, einfacher und moralisch eindeutiger. Sie erlaubt es, den Vorgang nicht als gewöhnlichen Interessenausgleich, sondern als gesellschaftlichen Gewinn zu betrachten.

Und tatsächlich entsteht ein solcher Gewinn: Eine Stiftung erhält eine Million Euro für einen wichtigen Zweck.

Doch gerade weil das Ergebnis erfreulich ist, sollten wir Ursache und Wirkung nicht miteinander verwechseln.

Die Zahlung ist nicht zwingend deshalb eine Spende, weil sie Gutes bewirkt.

Sie kann auch Gutes bewirken, obwohl sie Teil eines Geschäfts ist.

Das ist keine Abwertung.

Im Gegenteil: Vielleicht müssten wir lernen, auch wirtschaftliche Vereinbarungen anzuerkennen, die bewusst einen gesellschaftlichen Mehrwert schaffen – ohne sie dafür sprachlich in Spenden verwandeln zu müssen.

Denn solange nur die Spende als moralisch wertvolle Form des Geldgebens erscheint, entsteht ein Anreiz, auch andere Zahlungen mit diesem Begriff aufzuwerten.

Dann wird „Spende“ nicht mehr zur Beschreibung einer besonderen Beziehung zwischen Gebenden und Empfangenden.

Sie wird zum Reputationsetikett.

Und genau dort beginnt das Problem.

Nicht weil das Geld dadurch weniger hilfreich wäre.

Sondern weil ein Begriff, der auf Freiwilligkeit, Unentgeltlichkeit und Vertrauen beruht, seine Trennschärfe verliert.

Aus einer Gegenleistung wird durch Sprache keine Spende.

Aber aus einer Gegenleistung kann durch Sprache eine bessere Geschichte werden.

Was auf dem Spiel steht

Am Ende geht es deshalb nicht nur um eine Million Euro, Jürgen Klopp oder den DFB.

Es geht um einen Begriff, auf den der gemeinnützige Sektor angewiesen ist. Diese begriffliche Klarheit wird nicht leichter, wenn große Medien und öffentliche Kommentierungen den Spendenbegriff großzügig verwenden. Denn öffentliche Beispiele prägen Erwartungen.

Wenn eine Millionenzahlung im Rahmen einer Vertragsfreigabe als Spende gilt, warum sollte dann ein Unternehmen seine Sponsoringzahlung nicht ebenso nennen? Warum sollte der Preis für ein Benefizessen nicht vollständig steuerlich abziehbar sein? Warum sollte eine Organisation genauer unterscheiden, wenn selbst bei einem öffentlich dokumentierten Austauschverhältnis sprachlich alles unter „Spende“ fällt?

Die Antwort lautet: Weil diese Unterscheidung notwendig ist.

Nicht um Unterstützung kleinzureden. Nicht um gute Zwecke gegeneinander auszuspielen. Und auch nicht, um jede ungenaue Formulierung zum Skandal zu erklären – obwohl dieser Text gerade verdächtig viel Energie darauf verwendet. Sondern weil Vertrauen begriffliche Klarheit braucht.

Organisationen dürfen Spenden einwerben. Sie dürfen Leistungen verkaufen. Sie dürfen mit Unternehmen Sponsoringverträge schließen. Sie dürfen Fördermittel erhalten, Kooperationen eingehen und wirtschaftliche Vereinbarungen treffen. All diese Finanzierungsformen haben ihren Platz.

Professionelles Fundraising bedeutet nicht, möglichst viele Geldflüsse sprachlich zu Spenden zu machen.

Es bedeutet, unterschiedliche Finanzierungsformen zu verstehen, sauber zu gestalten und transparent zu kommunizieren.

Vielleicht liegt darin auch die eigentliche Lehre aus dem Fall.

Bemerkenswerterweise hat der DFB selbst die Zahlung vergleichsweise nüchtern beschrieben. Neuendorf sprach von einer „Zuwendung“ und stellte sie ausdrücklich in den Zusammenhang mit der vorzeitigen Freigabe Jürgen Klopps. Zur „Spende“ wurde sie vor allem in der medialen Zuspitzung.

Genau darin zeigt sich die Anziehungskraft des Begriffs.

Die sachliche Geschichte lautet: Red Bull ermöglicht die vorzeitige Freigabe Jürgen Klopps. Der DFB erkennt dieses Entgegenkommen an. Statt einer unmittelbaren Zahlung an das Unternehmen fließt eine Million Euro in die Rückenmarksforschung.

Das ist doch bereits eine gute Geschichte. Eine wirtschaftliche Einigung mit gesellschaftlichem Mehrwert. Dafür braucht es den Begriff „Spende“ nicht.

Vielleicht zeigt der Fall deshalb weniger, wie schwer es ist, eine Spende zu definieren. Er zeigt, wie schwer es uns fällt, andere Formen des Geldgebens moralisch anzuerkennen.

Wir scheinen Unterstützung erst dann vollständig wertvoll zu finden, wenn wir sie Spende nennen können. Als müsse eine Zahlung uneigennützig sein, um gesellschaftlich gut zu wirken. Als sei ein Geschäft automatisch weniger ehrenhaft, nur weil die Interessen der Beteiligten sichtbar bleiben.

Doch auch ein Interessenausgleich kann verantwortungsvoll gestaltet sein. Auch eine Gegenleistung kann einem guten Zweck zugutekommen. Auch eine wirtschaftliche Vereinbarung kann gesellschaftlichen Nutzen schaffen.

Sie wird dadurch nur nicht automatisch zur Spende. Das ist kein semantisches Detail. Es ist die Voraussetzung dafür, dass der Begriff „Spende“ weiterhin das bezeichnet, was ihn besonders macht:

Eine freiwillige und unentgeltliche Zuwendung, getragen von der Entscheidung, etwas zu geben, ohne dafür einen besonderen eigenen Vorteil zu verlangen.

Vielleicht wird die Million des DFB der Rückenmarksforschung wichtige Fortschritte ermöglichen. Das wäre uneingeschränkt zu begrüßen.

Aber die Qualität des Zwecks beantwortet nicht die Frage nach dem Charakter der Zahlung.

Nicht alles Gute ist eine Spende. Und nicht alles, was keine Spende ist, ist deshalb weniger gut.

Amen.

Nachweise

[1] Bernd Neuendorf auf der Pressekonferenz zur Vorstellung Jürgen Kloppts als Bundestrainer am 24. Juli 2026. Dokumentiert unter anderem bei *Sportschau*: „Drei Länderspiele für Leipzig als Teil des Klopp-Deals mit Red Bull“, 24. Juli 2026.

[2] Ebenda. Die *Tagesschau* dokumentiert die Aussage mit der Formulierung: „In Anerkennung dessen, dass die Freigabe hier so unkompliziert und unbürokratisch erfolgt ist.“

[3] Bernd Neuendorf, Pressekonferenz des DFB vom 24. Juli 2026; wörtlich dokumentiert unter anderem bei t-online: „Jürgen Klopp: Unter diesen Bedingungen gibt Red Bull ihn für den DFB frei“, 24. Juli 2026.

[4] Bundesfinanzhof, Urteil vom 15. Januar 2019 – X R 6/17, Leitsätze 1 und 2; veröffentlicht in BFHE 263, 325 und BStBl. II 2019, 318.

[5] BFH, Urteil vom 15. Januar 2019 – X R 6/17, Leitsatz 1: Für die Freiwilligkeit genügt grundsätzlich eine freiwillig eingegangene rechtliche Verpflichtung.

[6] Bundesfinanzhof, Urteil vom 16. März 2021 – X R 37/19, Rn. 14: Die Unentgeltlichkeit setzt voraus, dass die Spende ohne die Erwartung eines besonderen Vorteils gegeben wird und die Spendenmotivation im Vordergrund steht; sie ist für die Spende und den Spendenabzug konstitutives Merkmal.

[7] BFH, Urteil vom 15. Januar 2019 – X R 6/17, Leitsatz 2 sowie Rn. 20–22: Die Unentgeltlichkeit kann auch fehlen, wenn die Zuwendung unmittelbar und ursächlich mit einem von einem Dritten gewährten Vorteil zusammenhängt.