

**Dienstordnung
über das einheitliche Verfahren zum sachgerechten
Umgang mit Sponsoring in der Landeshauptstadt Dresden
(DO Sponsoring)**

Vom 25. Juli 2016

Inhaltsübersicht:**Seite:**

1	<i>Zweck und Geltungsbereich</i>	2
2	<i>Grundlage</i>	2
3	<i>Begriffsbestimmungen</i>	3
3.1	<i>Allgemeine Begriffsbestimmung</i>	3
3.2	<i>Umsatzsteuerrechtliche Begriffsbestimmung</i>	3
4	<i>Vertragsgestaltung</i>	4
5	<i>Zuständigkeiten</i>	5
6	<i>Ausschluss von Sponsoring</i>	5
7	<i>Sponsoringbericht</i>	6
8	<i>Schlussbestimmungen</i>	6

1 Zweck und Geltungsbereich

(1) Öffentliche Aufgaben sind grundsätzlich durch öffentliche Mittel über den Haushalt zu finanzieren. Jedoch besteht die Bereitschaft von Unternehmen und Privaten, sich durch finanzielle und sachliche Unterstützung an den Aktivitäten der Landeshauptstadt Dresden zu beteiligen. Dabei sind jedoch die Unabhängigkeit, Integrität und Neutralität der Verwaltung zu bewahren. Sponsoring kommt daher nur ergänzend und unter festgelegten Konditionen in Betracht. Diese Dienstordnung regelt das einheitliche Verfahren zum sachgerechten Umgang mit Sponsoring in der Landeshauptstadt Dresden.

(2) Sie gilt für alle Organisationseinheiten (OE) der Landeshauptstadt Dresden, einschließlich der Eigenbetriebe und nachgeordneten Einrichtungen.

Ausgenommen sind das Städtische Klinikum Dresden-Friedrichstadt und das Städtische Krankenhaus Dresden Neustadt, da in diesen Bereichen umfassende, den speziellen Maßgaben des Gesundheitswesens entsprechende, Regelungen bestehen.

2 Grundlage

Grundlage der DO Sponsoring sind insbesondere folgende Gesetze und Regelungen in ihren jeweils gültigen Fassungen:

- Umsatzsteuergesetz (UStG)
- Gesetz über das neue kommunale Haushalts- und Rechnungswesen
- Gemeindeordnung für den Freistaat Sachsen (SächsGemO)
- Sächsische Kommunalhaushaltsverordnung-Doppik (SächsKomHVO-Doppik)
- Sächsische Kommunale Kassen- und Buchführungsverordnung (SächsKomKBVO)
- VwV Haushaltssystematik Kommunen (VwV KomHSys)
- VwV Kommunale Haushaltswirtschaft-Doppik (VwV KommHHWi-Doppik)
- VwV zum Sponsoring in der staatlichen Verwaltung des Freistaates Sachsen (VwV Sponsoring)
- Sächsische Eigenbetriebsverordnung (SächsEigBVO)
- Kontierungsrichtlinie der Landeshauptstadt Dresden
- Dienstordnung zur Regelung von Zuständigkeiten in der Landeshauptstadt Dresden (Zuständigkeitsordnung)
- DO Geschäftsbuchführung
- *Sponsoring – Erlass vom 18. Februar 1998 (Schreiben des Bundesministeriums der Finanzen zur ertragssteuerlichen Behandlung des Sponsorings)*
- *Dienstordnung Vorbeugung Korruption*

3 Begriffsbestimmungen

3.1 Allgemeine Begriffsbestimmung

(1) Unter Sponsoring wird die freiwillige Gewährung von Geld oder geldwerten Vorteilen zur Förderung eines sportlichen, kulturellen, kirchlichen, wissenschaftlichen, sozialen, ökologischen oder gesellschaftspolitischen Zwecks verstanden, mit der regelmäßig auch eigene Ziele der Werbung oder Öffentlichkeitswirkung verfolgt werden.

(2) Sponsoring ist keine Zuwendung bzw. ähnliche Zuwendung gemäß § 73 Abs. 5 SächsGemO, da ein Leistungsaustausch stattfindet.

Unechtes Sponsoring ist eine Zuwendung im Sinne des § 73 Abs. 5 SächsGemO.

Unechtes Sponsoring liegt vor, wenn eine Leistung des Sponsors keine adäquate Gegenleistung/kein angemessenes Austauschverhältnis bewirkt und es sich bei dieser Zuwendung um eine verdeckte Spende handelt.

(3) Die Landeshauptstadt Dresden kann als Sponsor oder als Empfänger von Sponsoringleistungen auftreten.

3.2 Umsatzsteuerrechtliche Begriffsbestimmung

(1) Grundsätzlich unterliegt das Sponsoring der Umsatzsteuer.

(2) Das Sponsoring unterliegt nicht der Umsatzsteuer, wenn

- a) der Empfänger der Zuwendung eine werbe- oder öffentlichkeitswirksame Leistung nicht im Rahmen seines Unternehmens erbringt. Eine nichtunternehmerische Tätigkeit liegt vor, wenn diese Leistung des Empfängers zugunsten des Sponsors keinem Betrieb gewerblicher Art zugeordnet werden kann und die Zuwendung einen Wert von 30 678 Euro nicht übersteigt.
- b) 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 hinweist. Dieser Hinweis auf den Sponsor kann unter Verwendung seines Namens, Emblems oder Logos erfolgen.
- c) *der Sponsor auf seine Unterstützung entsprechend Nr. 3.2. Abs. 2 b) lediglich hinweist.*

(3) Das Sponsoring ist steuerpflichtig, wenn

- a) der Sponsor in den jeweiligen Medien besonders hervorgehoben wird oder eine Verlinkung zu dessen Internetseiten erfolgt. Ob der Sponsor besonders hervorgehoben wird, ist eine Frage des Einzelfalles. Eine solche Hervorhebung wird aber dann anzunehmen sein, wenn ein Sponsor im Verhältnis zu anderen Sponsoren optisch so betont wird, dass ihm im Vergleich zu den anderen eine besondere Stellung eingeräumt wird.
- b) mehrere Sponsoren (zum Beispiel in einem Ausstellungskatalog oder einem Verwaltungsheft) gegenüber den anderen redaktionellen Beiträgen optisch so herausgestellt werden, dass dies über eine lediglich informative Benennung des Sponsors hinausgeht.
- c) eine öffentlichkeitswirksame Danksagung des Empfängers zu Gunsten des Sponsors erfolgt.
- d) *wenn dem Sponsor das ausdrückliche Recht eingeräumt wird, die Sponsoringmaßnahme im Rahmen eigener Werbung zu vermarkten.*

4 Vertragsgestaltung

(1) Sponsoring bedarf einer schriftlichen Vereinbarung, in der Leistungen und Gegenleistungen genau zu bezeichnen sind. Die gleichmäßige Behandlung aller Sponsoren ist zu gewährleisten. Die Entscheidung für einen bestimmten Sponsor bzw. Empfänger von Sponsoringleistungen ist aktenkundig zu machen.

(2) Die dauerhafte Überlassung von Personal an die öffentliche Verwaltung durch Sponsoren oder die Finanzierung von öffentlichen Bediensteten ist auszuschließen. Die Beteiligungsrechte der Personalvertretung bei der Personalüberlassung sind zu beachten.

(3) Ein Sponsoringvertrag, der Folgekosten (zum Beispiel Wartungskosten für Kraftfahrzeuge, Gebühren für Fernsehen, Betriebskosten oder ähnliches) erwarten lässt, darf insbesondere nur dann abgeschlossen werden, wenn dies rechtlich zulässig ist und Haushaltsmittel zur Verfügung stehen.

(4) Die *erhaltenen Sponsoringleistungen* sind entsprechend ihrem Verwendungszweck von den Fachämtern in investiv oder konsumtiv zu trennen. Entsprechend den Festlegungen lt. Kontierungsrichtlinie der Landeshauptstadt Dresden sind die Sponsoringleistungen unter Angabe der entsprechenden Vertragsgegenstandsart in die dafür festgelegten Sachkonten zu buchen und im Rahmen der Jahresabschlüsse entsprechend der dort getroffenen Festlegungen abzurechnen.

5 Zuständigkeiten

(1) Die Erarbeitung, der Abschluss sowie die Erfassung von Sponsoringverträgen erfolgen dezentral in eigener Verantwortung der Geschäftsbereiche, Ämter, Eigenbetriebe, Regiebetriebe und nachgeordneten Einrichtungen. Da die Abgrenzung zwischen Spenden und Sponsoring schwierig ist, kann das Steuer- und Stadtkassenamt im Vorfeld bei Verhandlungen mit einbezogen werden.

(2) Alle erstellten Verträge sind vor der Unterzeichnung vom Steuer- und Stadtkassenamt sowie dem Rechtsamt zu prüfen. Die Beteiligung beider Ämter ist eigenständig von der vertragserstellenden OE zu koordinieren.

6 Ausschluss von Sponsoring

(1) Sponsoring ist ausgeschlossen, wenn der Anschein entstehen könnte, Verwaltungshandeln sollte durch die Sponsoringleistung beeinflusst werden. Dies gilt insbesondere bei den nachfolgenden OE:

- a) OE mit Ordnungs- und Genehmigungsaufgaben, wenn die Sponsoren mögliche oder tatsächliche Adressaten oder Antragsteller des Verwaltungshandelns sind;
- b) OE mit Aufgaben der Aufsicht, wenn die Sponsoren aus dem Aufsichtsbereich stammen;
- c) OE mit Aufgaben der Bewilligung, wenn die Sponsoren tatsächliche oder voraussichtliche Zuwendungsempfänger im Sinne der Haushaltsvorschriften sind;
- d) OE mit Beschaffungsaufgaben, wenn die Sponsoren tatsächlich oder voraussichtlich Auftragnehmer oder Lieferanten sind;
- e) OE mit Planungsaufgaben, wenn die Interessen der Sponsoren durch die Planung berührt sind;
- f) OE mit Aufgaben der Wohlfahrtspflege, wie zum Beispiel Träger der Sozialhilfe, Versorgungs- und Sozialbehörden, wenn Sponsoren an der Gewährung oder Versagung dieser öffentlichen Leistungen mittelbar oder unmittelbar Interesse haben;
- g) OE, die berufsbezogene Prüfungen oder Eignungsprüfungen durchführen, wenn der Sponsor möglicher oder tatsächlicher Kandidat solcher Prüfungen ist.

(2) Politische, weltanschauliche und religiöse Organisationen sind als Sponsoren grundsätzlich ausgeschlossen.

(3) Hersteller von gesundheits- oder jugendgefährdenden Erzeugnissen (insbesondere Hersteller von Tabakwaren) sind als Sponsoren ausgeschlossen.

(4) Hersteller alkoholischer Getränke sind nur dann als Sponsoren zulässig, wenn es der Zielgruppe und dem Anlass angemessen ist.

7 Sponsoringbericht

(1) Einmal jährlich ist ein Sponsoringbericht zu erstellen, der alle an die Landeshauptstadt Dresden und an deren Eigenbetriebe gegangenen Sponsoringleistungen ebenso wie alle durch die Landeshauptstadt Dresden und ihre Eigenbetriebe getätigten Sponsoringleistungen umfasst. Dabei sind Absender, Empfänger, Zweckbindung, Zeitpunkt, *Art und Wert* der Sponsoringleistungen zu nennen.

(2) Die Erstellung des Sponsoringberichtes liegt in der Verantwortung des Steuer- und Stadtkassenamtes. Die OE, Eigenbetriebe und nachgeordneten Einrichtungen melden jährlich bis spätestens zum 31.03. des Folgejahres alle geleisteten oder erhaltenen Sponsoringleistungen an das Steuer- und Stadtkassenamt.

(3) Zur Gestaltung des Sponsoringberichtes ist die Abteilung Öffentlichkeitsarbeit des Büros der Oberbürgermeisterin/des Oberbürgermeisters einzubeziehen.

(4) Der städtische Datenschutzbeauftragte ist bei der Erstellung des Sponsoringberichtes einzubeziehen.

8 Schlussbestimmungen

(1) Notwendige Änderungen und Ergänzungen zu vorstehender Dienstordnung werden durch das Rechtsamt veranlasst.

(2) Diese Dienstordnung tritt *am 25. Juli 2016* in Kraft.

(3) Gleichzeitig tritt die DO Sponsoring vom 4. Juni 2015 außer Kraft.

Dresden, *25. Juli 2016*

Dirk Hilbert
Oberbürgermeister