

Dienstanweisung 02/2009

Verteiler: Hauptamtlicher Beigeordneter, Verwaltungsleiter, Fachdienstleiter,
Leiter der Einrichtungen, Bedienstete des Landratsamtes
Unstrut-Hainich-Kreis

zum Umgang mit Sponsoring im Landratsamt Unstrut-Hainich-Kreis

Inhalt

- 1. Geltungsbereich**
- 2. Grundsätze des Sponsoring**
- 3. Sponsoringvertrag**
- 4. Sponsoringverfahren**
- 5. Haushaltmäßige Behandlung von Sponsoring**
- 6. Steuerliche Behandlung von Sponsoring**
- 7. Schlussbestimmungen**

Anlagen

1. Geltungsbereich

- 1.1 Diese Dienstanweisung gilt für die Fachdienste, Bereiche und Einrichtungen des Landratsamtes (nachfolgend nur Fachdienste genannt), in welchen Förderung in Form von Sponsoring Anwendung findet.
- 1.2 Sponsoring liegt vor, wenn Einzelpersonen oder Unternehmen Zuwendungen in Form von Geld-, Sach- oder Dienstleistungen zur Förderung der kreislichen Tätigkeit erbringen und dafür eine öffentlichkeitswirksame Gegenleistung (unternehmensbezogene Ziele der Werbung oder Öffentlichkeitsarbeit) erhalten. Leistung und Gegenleistung müssen sich dabei nicht gleichwertig (im Sinne eines echten Leistungsaustausches) gegenüberstehen, da dem Sponsoring in erster Linie eine Förderabsicht zugrunde liegt.

2. Grundsätze des Sponsoring

- 2.1 Sponsoring hat für die Öffentlichkeit erkennbar zu sein. Die Transparenz des Umfangs, der Art des Sponsorings und des Sponsors ist zu gewährleisten. Die Unabhängigkeit der Verwaltung darf durch Sponsoring keinen Schaden nehmen.
- 2.2 Keinesfalls dürfen mit dem Sponsoring rechtswidrige Zwecke verfolgt oder zwingende Vorschriften umgangen werden.
- 2.3 Öffentliche Aufgaben sind grundsätzlich durch Haushaltsmittel zu finanzieren.
- 2.4 Für Sponsoring unzulässige Bereiche des Landratsamtes Unstrut-Hainich-Kreis sind Bewilligungsstellen (Zuschuss-, Zuwendungs-, Fördermittelbewilligung an Dritte), Stellen mit Beschaffungsaufgaben (darunter Vergabestellen), Stellen mit Planungsaufgaben und Stellen der Eingriffsverwaltung.
- 2.5 Zurückhaltung beim Sponsoring ist im Jugend- und Schulbereich geboten. Die Leistungen haben mit dem Bildungs- und Erziehungsauftrag der Einrichtungen vereinbar zu sein. Gegenleistungen im Bereich der Werbung, welche die Belange des Jugendschutzes gefährden, sind unzulässig.
- 2.6 Im Hinblick auf die Sponsorenleistung dürfen keinerlei Vorteile zugesagt oder in Aussicht gestellt werden.
- 2.7 Über die vertragliche Verpflichtung aus dem Sponsoringvertrag hinaus dürfen der Sponsor oder seine Erzeugnisse bzw. Dienstleistungen nicht öffentlich angepriesen werden.
- 2.8 Die Wettbewerbs- und Chancengleichheit potentieller Sponsoren muss gewahrt werden. Die Entscheidung für einen Sponsor hat objektiv und neutral getroffen zu werden sowie auf sachgerechten und nachvollziehbaren Erwägungen zu beruhen. Maßstab für die Entscheidung können die individuelle Zuverlässigkeit, die finanzielle Leistungsfähigkeit, die Geschäftspraktiken und -grundsätze sowie die Kunden- und Medienprofile der Sponsoren sein.

- 2.9 Das Auftreten von Einzelpersonen oder Unternehmen als Sponsor und als vergaberechtlich möglicher Bieter bzw. Auftragnehmer ist zu vermeiden.

3. Sponsoringvertrag

- 3.1 Für jede Sponsoringmaßnahme ist ein Sponsoringvertrag abzuschließen, welcher Ziel und Zweck des Sponsoring nachvollziehbar darlegen soll. Über den Abschluss entscheidet nach Vorschlag des verantwortlichen Fachdienstes grundsätzlich der Fachdienst Finanzen.
- 3.2 Der Sponsoringvertrag bedarf der Schriftform. Der als Anlage 1 beigefügte Mustervertrag ist anzuwenden. Bei Abweichungen oder Verwendung anderer Verträge (z. B. des Sponsors) hat eine vorherige Prüfung durch das Rechtsreferat zu erfolgen. Es dürfen keine Nebenabreden getroffen werden, die über das schriftlich Festgelegte hinausgehen.
- 3.3 Der Sponsoringvertrag ist zeitlich zu befristen. Die maximale Laufzeit sollte regelmäßig auf zwei Jahre beschränkt werden, es sei denn, besondere Umstände sprechen für eine längere Bindung an den Sponsor.
- 3.4 Im Vertrag ist festzuhalten, welche spezifischen Leistungen der Sponsor erbringt und welche Verpflichtung als Gegenleistung der Unstrut-Hainich-Kreis eingeht. Mit besonderer Sorgfalt sind Umfang und Inhalt der beiderseitigen vertraglichen Leistungen zu benennen. Hierzu gehört insbesondere die Aufschlüsselung der geförderten Tätigkeiten nach Art, Ort, Umfang und Zeit.
- 3.5 Die Zahlungsmodalitäten sind eindeutig festzulegen. Soweit vereinbarte Geldleistungen der Umsatzsteuer unterliegen, ist zu vereinbaren, dass diese durch den Sponsor zu tragen ist.
- 3.6 Sofern bei der Durchführung des Sponsoring Nebenkosten entstehen, sollten diese nach Möglichkeit dem Sponsor übertragen werden. Aus Sicht der Verwaltung ist die Abwicklung des Sponsoringvertrages kostenneutral zu halten.
- 3.7 Es ist eine Haftungsbegrenzung gegenüber dem Unstrut-Hainich-Kreis im Sponsoringvertrag zu regeln. Dies betrifft vor allem Ersatzansprüche des Sponsors bei Schäden an von ihm zur Verfügung gestellten Sachmitteln sowie Ersatzansprüche Dritter bei Schäden aufgrund von Mängeln an vom Sponsor zur Verfügung gestellten Sachmitteln oder von ihnen ausgehenden Gefahren.

4. Sponsoringverfahren

- 4.1 Vor der Entscheidung, ob ein Sponsoringvertrag mit einem Sponsor geschlossen wird, ist festzustellen, ob ein Zusammenhang mit einer Maßnahme beim Unstrut-Hainich-Kreis besteht, oder konkret herstellbar ist. Ist dies der Fall, ist die Unbedenklichkeit des Sponsorings besonders zu prüfen.
- 4.2 Ein Sponsoringvertrag ist ausgeschlossen, wenn ein Antrags- oder Bewerbungsverfahren des Sponsors bei der geförderten Stelle des Unstrut-Hainich-Kreises anhängig ist. Bei bestehenden und fortlaufenden sonstigen

Geschäftsbeziehungen kommt der Abschluss eines Sponsoringvertrages nur dann in Betracht, wenn aufgrund besonderer Umstände der Anschein einer Einflussnahme der Vereinbarung auf den behördlichen Entscheidungsprozess ausgeschlossen ist.

- 4.3 Bereiche, die gegenüber einem Sponsor ordnungsbehördliche Aufgaben wahrnehmen, Aufträge erteilen oder Zuwendungen vergeben, dürfen weder bei der Akquisition noch beim Abschluss von Sponsoringverträgen mitwirken.
- 4.4 Die Sponsoringmaßnahmen dürfen keine Vorteile für die Entscheidungsträger und die Mitarbeiter des Unstrut-Hainich-Kreises bieten, welche nach den Regelungen über Belohnungen und Geschenke der Allgemeinen Dienstanweisung zum inneren Dienstbetrieb unzulässig sind. Auch der Anschein ist zu vermeiden.
- 4.5 Die Sponsoringmittel sind entsprechend den Auflagen des Sponsors einzusetzen.
- 4.6 Die Verwendung der Sponsoringeinnahme ist in Betrieben gewerblicher Art (BgA), bedingt durch den Umsatzsteueranteil, lediglich in Höhe des Nettobetrages möglich.
- 4.7 Entstehen im Zusammenhang mit Sponsoring Folgekosten (z. B. Wartungskosten für KfZ, GEZ-Gebühren, Betriebskosten o. ä.), sind diese vom jeweiligen Fachdienst zu finanzieren. Es ist daher vor der Annahme von Sponsoring sicherzustellen, dass entsprechende Haushaltsmittel für den angestrebten Zweck zur Verfügung stehen. Dies gilt insbesondere, sofern die Folgeleistungen von anderen Struktureinheiten des Landratsamtes erbracht werden. Solche Fachdienste sind vor Vertragsabschluss zu beteiligen.
- 4.8 Finanzielle Verpflichtungen zu Lasten zweckgebundener Einnahmen dürfen nur eingegangen werden, wenn die Einnahme bereits kassenwirksam ist.
- 4.9 Bei Sponsoringverträgen, die keinen Geldfluss zum Inhalt haben, erfolgt die Wertermittlung durch den Fachdienst. Eine nachvollziehbare Dokumentation solcher Sponsoringvorgänge hat der jeweilige Fachdienst im Hinblick auf die Transparenz von Sponsoringvorgängen vorzunehmen. Aus steuerlichen Gründen ist auf die wertmäßige Angemessenheit von Leistung und Gegenleistung zu achten.

5. Haushaltsmäßige Behandlung von Sponsoring

- 5.1 Die Einnahmen aus Sponsoringverträgen sind in der Regel zweckgebunden. Sie werden als solche von dem jeweiligen Fachdienst selbst vereinnahmt und dem gesponsorten Zweck zugeführt.
- 5.2 Die Verbuchung erfolgt entsprechend dem Inhalt des Sponsoringvertrages im Verwaltungs- oder Vermögenshaushalt nach der Verwaltungsvorschrift über die Haushaltssystematik (VV GemHaushaltssyst). Zur Eröffnung entsprechender

Haushaltsstellen (Einnahmen und Ausgaben) ist ein Antrag des entsprechenden Fachdienstes an den Fachdienst Finanzen zu stellen.

- 5.3 Betriebe gewerblicher Art haben bei der Verbuchung der Einnahmen die getrennte Erfassung der Sponsoringleistung nach Netto- und Umsatzsteuerbetrag vorzunehmen.
- 5.4 Für Sponsoringmittel, die am Ende des Haushaltsjahres noch nicht verwendet wurden, ist vom jeweiligen Fachdienst an den Fachdienst Finanzen ein Antrag auf Übertragung in das nächste Haushaltsjahr zu stellen (Antrag auf Übertragung zweckgebundener Einnahmen).
- 5.5 Nach Abschluss des Haushaltsjahres ist ein Nachweis über die sachgerechte Verwendung der Sponsoringmittel des vergangenen Haushaltsjahres zu erstellen.

6. Steuerliche Behandlung von Sponsoring

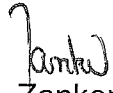
- 6.1 Die steuerliche Beurteilung einer Sponsoringmaßnahme ist abhängig von der Rechts- und Organisationsform des gesponsorten kreislichen Bereiches und von der inhaltlichen Ausgestaltung der kreislichen Gegenleistung.
- 6.2 Sponsoringvorgänge in einem Betrieb gewerblicher Art sind mit einer Steuerpflicht für den Unstrut-Hainich-Kreis verbunden. Die Sponsoringeinnahme ist in der Regel als ertragssteuerliche Betriebseinnahme zu erfassen und als solche der Umsatzsteuer zu unterwerfen und entsprechend auszuweisen.
- 6.3 In den Bereichen des Kreises (Jugend und Familie, Soziales, Bildung, Kultur, Bau, Denkmalpflege, Umwelt, Brand- und Katastrophenschutz, Gesundheit u. a.), die keine BgA sind, ist Sponsoring für den Kreis zumeist steuerfrei.
- 6.4 Sofern die Einnahmehöhe aus ertragssteuerpflichtigen Sponsoringverträgen je gesponsortem Bereich 30.678 € pro Jahr übersteigt, kann ein selbständiger „Sponsoring-BgA“ entstehen, welcher dann der Umsatzsteuerpflicht unterfällt.
- 6.5 Die Einstufung der Ertragsteuerpflicht erfolgt nach der Beschreibung des Leistungsumfanges zugunsten des Sponsors. Die Anlage 2 gibt eine Hilfestellung zur Ermittlung eventueller Ertragsteuerpflicht.
- 6.6 Sponsoringverträge außerhalb der BgA sind im finanziellen Interesse des Unstrut-Hainich-Kreises möglichst so abzuschließen, dass beim Kreis keine Steuerpflicht eintritt.

7. Schlussbestimmungen

- 7.1 Die Verwendung von Personenbezeichnungen in dieser Dienstanweisung erfolgt ohne Rücksicht auf Anzahl und Geschlecht.
- 7.2 Die Anlagen 1 und 2 in ihrer jeweils gültigen Fassung sind Bestandteil dieser Dienstanweisung.

7.3 Diese Dienstanweisung tritt mit Wirkung vom 15. April 2009 in Kraft. Gleichzeitig werden alle anders lautenden Regelungen zum Umgang mit Sponsoring aufgehoben.

Mühlhausen, 23. März 2009


Zanker
Landrat

Anlage 1 - Muster Sponsoringvertrag

Anlage 2 - Beispiele für steuerpflichtige und nicht steuerpflichtige Leistungen sowie zulässiges Sponsoring

Sponsoringvertrag

Vertragsnummer: _____
(Fachdienst - lfd.Nr./Jahr)

Zwischen dem Unstrut-Hainich-Kreis,
vertreten durch _____
Lindenbühl 28/29, 99974 Mühlhausen
Steuer-Nr.: _____
- im Folgenden Landkreis genannt -

und _____
vertreten durch _____
Steuer-Nr.: _____
- im Folgenden Sponsor genannt -

wird folgender Vertrag geschlossen :

§ 1 Vertragszweck

§ 2 Leistungen des Sponsors

(1) Bei Geldleistungen:

Der Sponsor verpflichtet sich zur Zahlung eines Betrages in Höhe von insgesamt _____ €.
Dieser Betrag wird fällig in _____ Raten in Höhe von jeweils _____ € am _____.

Der Betrag setzt sich wie folgt zusammen:	Nettobetrag	_____	€
	zzgl. _____ % USt.	_____	€
	Gesamtbetrag	_____	€.

Die Zahlungen sind fristgerecht und kostenfrei auf das Konto des Landkreises (Kto.-Nr. 0511007876) bei der Sparkasse Unstrut-Hainich (BLZ 820 560 60) unter Angabe des Verwendungszweckes zu leisten. Als Verwendungszweck ist die Vertragsnummer anzugeben.

- (2) Bei Sach-/Dienstleistungen:

Der Sponsor verpflichtet sich, folgende Sach-/Dienstleistungen zu erbringen und/oder folgende Sachmittel zu übergeben: _____

Der Sponsor erbringt die Leistungen am _____.

§ 3 Leistungen des Unstrut-Hainich Kreises

- (1) Der Landkreis verpflichtet sich, folgende Leistungen zu erbringen:

- (2) Der Landkreis erbringt die Leistungen am _____.

- (3) Der Landkreis ist berechtigt, Verträge mit weiteren Sponsoren zu schließen.

§ 4 Kündigung

- (1) Beide Vertragsparteien haben das Recht zur außerordentlichen Kündigung dieser Vereinbarung aus wichtigem Grund.
- (2) Für den Fall einer Kündigung verzichten beide Seiten auf bestehende oder noch erwachsende Ansprüche aus diesem Vertrag. Beide Seiten verzichten auf Rückforderungen bereits gewährter Leistungen.
- (3) Die vertraglichen Pflichten des Landkreises enden mit Ablauf des Leistungszeitpunktes gemäß § 3 Abs. 2, ohne dass es einer gesonderten Kündigung bedarf.

§ 5 Haftung

- (1) Werden die vom Sponsor zur Verfügung gestellten Sachmittel beschädigt, so haftet der Landkreis nur für vorsätzliches oder grob fahrlässiges Verhalten der von ihm beauftragten Mitarbeiter.
- (2) Der Sponsor stellt den Landkreis von Haftungsschäden frei, die durch Mängel der zur Verfügung gestellten Sachmittel oder durch von diesen möglicherweise ausgehenden Gefahren verursacht werden.

§ 6 Abtretung von Ansprüchen

Die Parteien sind nicht berechtigt, Ansprüche aus diesem Vertrag ohne vorherige Zustimmung des anderen Vertragspartners auf Dritte zu übertragen.

§ 7 Öffentlichkeit

- (1) Für den Fall, dass der Landkreis eine zusammenfassende öffentliche Bekanntmachung erlangter Sponsoringleistungen vornimmt, ist der Sponsor mit der Darstellung „Sponsor - Inhalt und Geldwert des Sponsorings - Datum und Zweck der Veranstaltung“ einverstanden.
- (2) Beide Vertragsparteien haben das Recht, den Inhalt dieses Vertrages in der Öffentlichkeit darzustellen, ihn ggf. wortgetreu offen zu legen, wenn gegen eine der Vertragsparteien der Vorwurf der Abhängigkeit oder der Korruption im Zusammenhang mit diesem Vertragsverhältnis oder wegen der Zusammenarbeit des Landkreises mit dem Sponsor erhoben wird. Die andere Vertragspartei ist davon unverzüglich zu verständigen.

§ 8 Weitere Vereinbarungen

Um den besonderen Anforderungen des individuellen Einsatzbereiches der Sponsoringmaßnahme gerecht zu werden, vereinbaren die Vertragsparteien für den Einzelfall folgende Zusatzabreden: _____

§ 9 Schlussbestimmungen

- (1) Nebenabreden wurden nicht getroffen.
- (2) Änderungen und Ergänzungen dieses Vertrages bedürfen der Schriftform. Dies gilt auch für die Aufhebung der Schriftform.
- (3) Sollte eine Bestimmung des Vertrages unwirksam sein oder werden, so sind beide Seiten verpflichtet, eine Vereinbarung zu treffen, die dem beabsichtigten Zweck am nächsten kommt. Dasselbe gilt, wenn bei der Durchführung des Vertrages eine ergänzungsbedürftige Vertragslücke offenbar wird. Sollte der Vertragszweck mit wirksamen oder durchführbaren Regelungen nicht erzielbar sein, so ist jede Vertragspartei zur Kündigung aus wichtigem Grund berechtigt.
- (4) Erfüllungsort ist der in der Leistungsbeschreibung festgelegte Ort, andernfalls ist Mühlhausen Erfüllungsort. Ausschließlicher Gerichtsstand ist Mühlhausen.

- (5) Dieser Vertrag existiert in ____ identischen Ausfertigungen. Davon erhält der Landkreis _____ Exemplar(e) und der Sponsor ____ Exemplar(e)
- (6) Die Unterzeichner dieses Vertrages erklären, von ihrer Vertragspartei zur Unterzeichnung des Vertrages bevollmächtigt zu sein.

Ort, Datum

Ort, Datum

Landkreis

Sponsor

Die nachfolgenden Listen zeigen beispielhaft die Einordnung der Leistungen des Sponsoringempfängers nach Kriterien des Steuerrechts bzw. Zulässiges Sponsoring. Sie können lediglich als grobe Richtlinien für geplante Maßnahmen gelten und machen in keinem Falle die Abstimmung mit dem Fachdienst Finanzen bei Vertragsabschlüssen und schriftlichen Vereinbarungen entbehrlich.

Beispiele für steuerpflichtige und nicht steuerpflichtige Leistungen

1. Nicht steuerpflichtige Leistungen

- Namensnennung, Emblem oder Logo des Sponsors auf Plakaten, Veranstaltungshinweisen, Ausstellungskatalogen, Programmheften (ohne besondere Hervorhebung) oder Eintrittskarten
- Namensnennung des Sponsors in einem Grußwort, einer Einleitung oder Dankagung
- Namensnennung des Sponsors bei Eröffnungsreden und in Interviews
- Hinweise auf Unterstützung durch Sponsor in Einladungskarten zu Veranstaltungen des Sponsoringempfängers
- Namensnennung des Sponsors in Hörfunk- und Presseberichten
- Grußwort eines Sponsors bei einer Eröffnungsveranstaltung
- Teilnahme eines Sponsors an einer Pressekonferenz
- Zeitungsbericht mit Foto des Sponsors
- Bezeichnung als "offizieller Sponsor/Lieferant/Ausstatter" des Sponsoringempfängers
- Räumlichkeiten des Sponsors als Veranstaltungsort
- Durchführung von Veranstaltungen des Sponsors in den Räumlichkeiten des Sponsoringempfängers
- Sponsorenwerbung auf Fahrzeugen und sonstigen Gegenständen des Sponsoringempfängers im Rahmen der Aufgabenerfüllung des Sponsoringempfängers
- Hinweis des Sponsoringempfängers, dass z. B. ein angekauftes Bild o. Ä. mit Unterstützung des Sponsors erworben wurde
- Vergabe von Ehrenkarten in geringem Umfang an den Sponsor

2. Steuerpflichtige Leistungen

- Schaltung von Anzeigen des Sponsors im Programmheft, reine Werbeanzeigen, Sponsorenanzeigen
- Benennung einer Veranstaltung nach einem Sponsor
- Absatz von Produkten des Sponsors im Rahmen einer kulturellen Veranstaltung durch das Personal der gesponsorten Kultureinrichtung

Beispiele für zulässiges Sponsoring

- Veranstaltungen im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit
- Öffentlichkeits- und Pressearbeit bei bedeutenden Veranstaltungen im In- und Ausland
- Veranstaltungen und Messen zur Bewerbung und Förderung der Wirtschaft und der Wirtschaftstandorte

- Veranstaltungen und Maßnahmen zur Förderung des allgemeinen Umweltbewusstseins
- sonstige repräsentative Veranstaltungen
- Delegations- und Pressebetreuung im Rahmen von Großveranstaltungen
- Zuwendungen an Büchereien und Mediotheken als Ergänzung des dienstlichen Angebotes
- teilweise oder vollständige Übernahme der Herstellungskosten von Anschauungsmaterial und Informationen in Form verschiedener Medien (z. B. Druck von Tagungsunterlagen und Informationsbroschüren, Herstellung von CD's u. a.)
- teilweise oder vollständige Finanzierung einer Sache durch einen Förderverein