

**Verwaltungsvorschrift  
der Sächsischen Staatsregierung  
zum Sponsoring in der staatlichen Verwaltung des Freistaates Sachsen  
(VwV Sponsoring)**

**Vom 16. Oktober 2017**

**I.**

**Präambel**

Sponsoring kann unterstützend dazu beitragen, Verwaltungsziele zu erreichen. Die öffentliche Verwaltung muss dabei jedoch jeden Anschein sachfremder Einflussnahme vermeiden, um die Integrität und Neutralität des Staates zu wahren. Die nachfolgenden Regelungen sollen eine sachgerechte Durchführung von Sponsoringverträgen sicherstellen.

**II.**

**Anwendungsbereich und Anwendungsempfehlung**

Diese Verwaltungsvorschrift gilt für alle Behörden und Einrichtungen des Freistaates Sachsen. Die Anwendung dieser Verwaltungsvorschrift wird den der Aufsicht des Freistaates Sachsen unterstehenden Körperschaften, Anstalten und Stiftungen des öffentlichen Rechts, den Unternehmen mit staatlicher oder kommunaler Beteiligung sowie den betriebs- oder erwerbswirtschaftlich ausgerichteten Teilen der Kulturstaatsbetriebe empfohlen. Für die Bereiche der Kulturstaatsbetriebe, die hoheitliche Aufgaben wahrnehmen, gilt Satz 1.

**III.**

**Begriffsbestimmung**

Sponsoring ist die freiwillige Unterstützung von Behörden und staatlichen Einrichtungen (Gesponserte) durch Dritte mit wirtschaftlichen Interessen (Sponsoren) in Gestalt der Zuwendung von Geld-, Sach- oder Dienstleistungen. Dem Sponsor kommt es auf seine Profilierung in der Öffentlichkeit über das gesponserte Produkt oder Projekt an (Imagegewinn, kommunikative Nutzung). Typische Gegenleistung im Sponsoring ist die Nennung des Sponsors, gegebenenfalls in Verbindung mit seinem Logo, auf Plakaten, Programmheften und anderen Druckerzeugnissen der gesponserten Behörde oder Einrichtung.

**IV.**

**Grundsätze**

Öffentliche Aufgaben sind grundsätzlich durch Haushaltsmittel zu finanzieren. Sponsoring kann hier lediglich ergänzend genutzt werden. Dabei sind folgende Grundsätze zu beachten:

1. Sponsoring ist ausgeschlossen, wenn der Anschein entstehen könnte, Verwaltungshandeln sollte durch die Sponsoringleistung beeinflusst werden. Dies gilt insbesondere bei den nachfolgenden Stellen und Behörden:
  - a) Ordnungs- und Genehmigungsbehörden sowie Justiz, wenn die Sponsoren mögliche oder tatsächliche Adressaten oder Antragsteller des Verwaltungshandelns sind;
  - b) Aufsichtsbehörden, wenn die Sponsoren aus dem Aufsichtsbereich stammen;
  - c) Bewilligungsbehörden, wenn die Sponsoren tatsächliche oder voraussichtliche Zuwendungsempfänger im Sinne der Sächsischen Haushaltsordnung sind;
  - d) Öffentliche Stellen mit Beschaffungsaufgaben, wenn die Sponsoren tatsächlich oder voraussichtlich Auftragnehmer oder Lieferanten sind;
  - e) Öffentliche Stellen mit Planungsaufgaben, wenn die Interessen der Sponsoren durch die Planung berührt sind;
  - f) Öffentliche Träger 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) Öffentliche Stellen, die berufsbezogene Prüfungen oder Eignungsprüfungen durchführen, wenn der Sponsor möglicher oder tatsächlicher Kandidat solcher Prüfungen ist;
  - h) Verfassungsschutzbehörden.

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.

### **V. Durchführung**

1. Sponsoringmaßnahmen sind vollständig und abschließend aktenkundig zu machen. Ab einer Sponsoringleistung in Höhe von 2 000 Euro ist ein schriftlicher Sponsoringvertrag abzuschließen. Anderenfalls ist der Inhalt des mündlich geschlossenen Vertrages, insbesondere der Name des Sponsors, der Empfänger der Leistung, die Art der Leistung und der Gegenleistung, der Wert/Gegenwert der Leistung und deren Verwendungszweck sowie der Hinweis auf die Öffentlichkeitsarbeit nach Ziffer VII in einem Aktenvermerk darzulegen. Die gleichmäßige Behandlung aller Sponsoren ist anzustreben. Die Entscheidung für einen bestimmten Sponsor ist ebenfalls aktenkundig zu machen.
2. Die dauerhafte Überlassung von Personal an die öffentliche Verwaltung durch Sponsoren oder die Finanzierung von öffentlichen Bediensteten ist auszuschließen.
3. Ein Sponsoringvertrag, der Folgekosten (zum Beispiel Wartungskosten für Kraftfahrzeuge, Gebühren für Fernsehen, Betriebskosten) erwarten lässt, ist nur abzuschließen, wenn dies haushaltsrechtlich zulässig ist und Haushaltsmittel zur Verfügung stehen.
4. Vor Abschluss eines Vertrags über eine Sponsoringleistung ab 10 000 Euro ist die Einwilligung der obersten Staatsbehörde einzuholen. Die obersten Staatsbehörden können für ihren Geschäftsbereich Ausnahmen zulassen oder diese Aufgabe delegieren.
5. Über alle Sponsoringleistungen hat der Gesponserte ein gesondertes Verzeichnis zu führen, das zusätzlich zum Namen des Empfängers der Leistung auch den Namen des Sponsors, die Art der Leistung, den Wert/Gegenwert der Leistung und den Verwendungszweck enthält und welches den obersten Staatsbehörden einmal jährlich bis zum 28. Februar für das jeweils zurückliegende Kalenderjahr zur Kenntnisnahme vorzulegen ist.
6. Geldleistungen aus Sponsoring sind bei entsprechenden Einnahmetiteln zu buchen.
7. Im Falle einer Ertrag- oder Umsatzsteuerpflicht ist die zutreffende Versteuerung der Leistung des Gesponserten beim zuständigen Finanzamt sicherzustellen.

### **VI. Rechtsgrundlagen und Verwaltungsgrundsätze**

Als Rechtsvorschriften und Verwaltungsgrundsätze, in der jeweils geltenden Fassung, sind insbesondere zu beachten:

1. Rechtsvorschriften zur Korruptionsverhütung und Korruptionsbekämpfung, insbesondere:
  - §§ 331 ff. des **Strafgesetzbuches** in der Fassung der Bekanntmachung vom 13. November 1998 (BGBl. I S. 3322), das zuletzt durch Artikel 1 des Gesetzes vom 30. September 2017 (BGBl. I S. 3532) geändert worden ist;
  - § 70 des **Sächsischen Beamtengesetzes** vom 18. Dezember 2013 (SächsGVBl. S. 970, 971), das durch das Gesetz vom 4. Juli 2017 (SächsGVBl. S. 347) geändert worden ist.
2. Grundsätze der Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit gemäß § 7 Absatz 1 der **Sächsischen Haushaltsordnung** in der Fassung der Bekanntmachung vom 10. April 2001 (SächsGVBl. S. 153), die zuletzt durch Artikel 13 des Gesetzes vom 15. Dezember 2016 (SächsGVBl. S. 630) geändert worden ist.
3. **VwV Belohnungen, Geschenke und sonstige Vorteile** vom 12. Oktober 2011 (SächsABl. S. 1531), die durch die Verwaltungsvorschrift vom 5. Juli 2013 (SächsABl. S. 718) geändert worden ist, zuletzt enthalten in der Verwaltungsvorschrift vom 16. Dezember 2015 (SächsABl. SDr. S. 342).
4. **VwV Anti-Korruption** vom 11. Dezember 2015 (SächsABl. S. 1847)
5. Schreiben des Bundesministeriums der Finanzen (BMF) vom 18. Februar 1998 zur ertragsteuerlichen Behandlung des Sponsorings (sogenannter Sponsoringerlass, BStBl I S. 212).
6. Schreiben des BMF vom 13. November 2012 (BStBl I S. 1169) und vom 25. Juli 2014 (BStBl I S. 1114) zur umsatzsteuerlichen Behandlung des Sponsorings.

## **VII. Öffentlichkeitsarbeit**

1. Sponsoring ist gegenüber der Öffentlichkeit offen zu legen, um so die Chancengleichheit zwischen potentiellen Sponsoren zu gewährleisten. Der Umfang und die Art von Sponsoring sowie die Sponsoren sind zur Vermeidung jeden Anscheins von Parteilichkeit der öffentlichen Verwaltung für jede Sponsoringmaßnahme unabhängig von deren Wert transparent zu machen.
2. Das Staatsministerium der Finanzen fasst in einem zweijährlichen Bericht, jeweils zum 1. Juli des auf den Berichtszeitraum folgenden Jahres, die Erfahrungen der Ressorts mit Sponsoring zusammen. Es stellt darin den Namen des Sponsors, den Empfänger der Leistung, die Art der Sponsoringleistung, den Wert/Gegenwert der Leistung und deren Verwendungszweck dar.

## **VIII. Schlussbestimmungen**

Jede oberste Staatsbehörde kann für sich und ihren Geschäftsbereich weitergehende Einschränkungen zum Sponsoring festlegen.

## **IX. Inkrafttreten und Außerkrafttreten**

Diese Verwaltungsvorschrift tritt am Tag nach der Veröffentlichung in Kraft. Gleichzeitig tritt die **VwV Sponsoring** vom 25. Juli 2007 (SächsABl. S. 1078), zuletzt enthalten in der Verwaltungsvorschrift vom 16. Dezember 2015 (SächsABl. SDr. S. S 342), außer Kraft.

Dresden, den 16. Oktober 2017

Der Ministerpräsident  
Stanislaw Tillich

Der Staatsminister der Finanzen  
Prof. Dr. Georg Unland

---

### **Zuletzt enthalten in**

Verwaltungsvorschrift der Sächsischen Staatsregierung über die geltenden  
Verwaltungsvorschriften der Staatsregierung  
vom 3. Dezember 2021 (SächsABl. SDr. S. S 162)