

Auszug aus der Richtlinie für Sponsoring und Spenden

Präambel

Als lokal verwurzelttes Wirtschaftsunternehmen übernehmen die Stadtwerke Bad Oeynhausen bewusst Verantwortung für die Menschen in der Stadt und in der Region. Neben der wirtschaftlichen und ökologischen Entwicklung soll auch das soziale und kulturelle Miteinander aktiv gefördert werden. Im Rahmen der nachfolgenden Bestimmungen können private und gemeinnützige Initiativen sowie kommunale Aufgaben durch Sponsoring und Spenden unterstützt werden.

Aus der Stellung eines Unternehmens in kommunaler Trägerschaft ergibt sich die Pflicht, entsprechende finanzielle Unterstützungen nach transparenten und verständlichen Regelungen durchzuführen. Sponsoring und Spenden sind daher anhand der nachfolgenden Regelungen zu tätigen.

1. Geltungsbereich der Richtlinie

Die Richtlinie gilt für alle Geschäftsbereiche der Stadtwerke Bad Oeynhausen einschließlich der Beteiligungen.

2. Ziel und Zweck der Richtlinie

Ziel der Richtlinie ist es, für eine einheitliche Vorgehensweise bei der Mittelvergabe im Rahmen von Sponsoring, Spenden und vergleichbaren Zuwendungen (zum Beispiel Mitgliedschaften in Verbänden und Vereinen) durch die Stadtwerke Bad Oeynhausen zu sorgen. Durch die Richtlinie soll Plausibilität und Transparenz geschaffen werden. Die Richtlinie soll gewährleisten, dass die für die Mittelvergabe anzuwendenden rechtlichen Vorschriften eingehalten werden.

3. Begriffsbestimmungen

3.1 Sponsoring

Nach der Definition des Bundesministeriums der Finanzen im Sponsoringenerlass (Schreiben betr. ertragsteuerliche Behandlung des Sponsoring vom 18. Februar 1998 Az.: BMF IV B 2 - S 2144 - 40198, BStBl. 1 S. 212) ist Sponsoring die

„Gewährung von Geld oder geldwerten Vorteilen durch Unternehmen zur Förderung von Personen, Gruppen und/oder Organisationen in sportlichen, kulturellen, kirchlichen, wissenschaftlichen, sozialen, ökologischen oder ähnlich bedeutsamen gesellschaftspolitischen Bereichen zu verstehen, mit der regelmäßig auch eigene unternehmensbezogene Ziele der Werbung oder Öffentlichkeitsarbeit verfolgt werden.“

Unter den Sponsoring-Begriff im weiten Sinne fallen auch die Planung, Organisation, Durchführung und Kontrolle dieser Fördertätigkeiten.

Sponsoring ist eine zielbezogene freiwillige Zusammenarbeit zwischen Sponsor und Sponsoringnehmer. Sponsoring basiert - im Gegensatz zum Spendenwesen - immer auf dem Prinzip von Leistung und Gegenleistung. Der Sponsor verpflichtet sich dabei zur Unterstützung des Sponsoringnehmers. Als Gegenleistung räumt der Sponsoringnehmer dem Sponsor bestimmte Rechte ein, etwa das Recht, die Marke des Sponsors im Umfeld des Sponsoringnehmers zu präsentieren oder dessen Vertriebs- und Marketingkanäle zu nutzen, über die der Sponsor Zugang zu der Zielgruppe des Sponsoringnehmers erhält. Sponsoring dient damit auch der Förderung unternehmensbezogener Ziele des Sponsors (zum Beispiel Imagegewinn, Steigerung der Bekanntheit des Unternehmens oder dessen Marken). Für den Sponsor geht es damit regelmäßig um die kommunikative Nutzung des gesponserten Projekts beziehungsweise der gesponserten Person, Gruppe oder Organisation und letztendlich darum einen „Return on Sponsoring Investment“ zu erzielen.

3.2 Spenden

Eine Spende wird als eine freiwillige Leistung ohne Gegenleistung definiert, die der Förderung steuerbegünstigter Zwecke im Sinne der §§ 52 bis 54 der Abgabenordnung dient. Spenden erfolgen ausschließlich zur Unterstützung der Interessen des Begünstigten. Die Stadtwerke Bad Oeynhausen binden die Spende regelmäßig an einen bestimmten Zweck.

Eine Spende erfolgt stets gegen Spendenbescheinigung.

4. _____

5. Allgemeine Voraussetzungen für Sponsoring und Spenden

5.1 Zulässigkeit und Angemessenheit von Sponsoring und Spenden

Förderverbote insbesondere aus dem Konzessionsvertragsrecht, dem Parteiengesetz und dem Beihilferecht sind strikt zu beachten. Unzulässig ist grundsätzlich auch die Spenden- und Sponsoringtätigkeit durch Unternehmensteile, die überhaupt nicht im Wettbewerb stehen (vgl. OVG Dresden, Beschluss v. 13.12.2012, Aktenzeichen: 4A 437/11 zum Beispiel eines Wasserzweckverbandes).

.....

5.2 Sponsoringpartner, Förderbereiche und Ausschlüsse

Der Schwerpunkt der wirtschaftlichen Betätigung der Stadtwerke Bad Oeynhausen liegt in der Kommune und in der Region. Den Schwerpunkt der Sponsoring- und der Spendentätigkeit bildet dementsprechend die Förderung von lokalen, gemeinnützigen Organisationen und Veranstaltungen mit nachhaltiger Zielsetzung und regionaler Ausrichtung. Eine Förderung kommt insbesondere in folgenden Bereichen in Betracht:

- Breitensport, Bewegungs- und Gesundheitsförderung, insbesondere von Kindern und Jugendlichen
- Maßnahmen, Veranstaltungen, Feste und Projekte mit kulturellen, ökologischen, sozialen, sportlichen oder wissenschaftlichen Bezügen, die von der Stadt oder ihren Einrichtungen oder von privaten gemeinnützigen Initiativen durchgeführt werden
- Veranstaltungen der Brauchtumpflege
- Sportvereine mit Profiabteilungen

Von der Förderung ausgeschlossen sind:

- Politische Parteien und parteinahe Organisationen, Gewerkschaften, Amts- oder Mandatsträger, Bewerber um ein öffentliches Amt
- Projekte oder Einrichtungen, die gegen die guten Sitten verstoßen, die einen extremen politischen Hintergrund haben, sowie Anfragen, die von politisch extremen oder fremdenfeindlichen Gruppen eingereicht werden
- Sportarten und Tätigkeiten, bei denen Gewaltverherrlichung im Vordergrund steht
- Religiöse Bewegungen, Einrichtungen, Kirchengemeinden (Ausnahme: Karitative Einrichtungen, soweit die Glaubensverkündung nicht im Mittelpunkt steht, zum Beispiel Kindergärten in Trägerschaft der Kirche.)
- Charity Clubs
- Sponsoring oder Spenden aufgrund einer besonderen Nähe von Organmitgliedern oder Mitarbeitern zum Fördermittelempfänger
- Spenden an Einzelpersonen (zum Beispiel Profisportler)
- Spenden an Organisationen mit kommerziellen Abteilungen

5.3 Leitlinien für die Entscheidung über die Vergabe von Fördermitteln

- Verträge über Sponsoring und Spenden sind schriftlich abzuschließen.
- Beim Sponsoring ist ein angemessenes Verhältnis von Leistung und Gegenleistung zu vereinbaren. Bei den Vertragspartnern besteht Einigkeit darüber, dass die eingesetzten Fördermittel einen Beitrag zur Imagepflege des Unternehmens leisten.
- Sponsoringleistungen erfolgen befristet. Dauer beziehungsweise Zeitpunkt des Sponsorings sollen vorab klar definiert sein.
- Die Mittelverwendung muss auf Nachfrage der Stadtwerke Bad Oeynhausen durch Belege nachvollziehbar und transparent dargelegt werden.
- Das Sponsoring muss als solches deutlich erkennbar sein. Art und Umfang der jeweiligen Sponsoringpartnerschaft werden transparent benannt und angemessen kommuniziert, zum Beispiel durch Erwähnung auf einer Sponsorentafel oder auf der Homepage des Sponsoringnehmers.
- Konkrete einzelne Vertragsbedingungen unterliegen grundsätzlich der Schweigepflicht der Vertragsparteien. Neben den Vorgaben zur allgemeinen Berichterstattung an die Stadt besteht grundsätzlich keine Verpflichtung, die betragsmäßige Höhe des Sponsorings zu veröffentlichen.
- Die jeweiligen Fördermittelempfänger dürfen vom Sponsoring beziehungsweise von den Spenden der Stadtwerke Bad Oeynhausen nicht abhängig sein oder werden.

5.4 Leistungsgegenstand

Als Sponsoringleistungen kommen finanzielle Mittel, Sachmittel, Überlassung von Personal oder von Räumlichkeiten sowie die Übernahme von Transport- oder Infrastrukturdienstleistungen in Betracht. Kosten für die Versorgung oder Entsorgung sowie Miet- oder Betriebskosten werden nicht übernommen.

Als Gegenleistungen des Sponsoringnehmers kommen in Betracht:

- Nennung des Namens oder der Marke des Sponsors sowie Logoabdruck auf Plakaten, Broschüren, Bannern, Eintrittskarten oder Programmheften sowie auf der Homepage des Sponsoringnehmers
- Anzeigen in Zeitungen, Zeitschriften, Programm- oder Vereinsheften
- Hinweise auf das Sponsoring in Eröffnungsreden, Interviews, Statements
- Gelegenheit zur positiven Darstellung für den Sponsor im Rahmen einer Veranstaltung, zum Beispiel das Aufstellen eines Informationsstandes, Abspielen eines Werbejingles des Sponsors, Berechtigung, Werbe- und Infomaterial an Gäste der Veranstaltung zu verteilen, prominente Platzierung des Namens oder Logos des Sponsors
- Mitwirkung des Sponsors bei PR-Maßnahmen, zum Beispiel bei Pressekonferenzen
- Berechtigung des Sponsors, Bilder für Werbe- und Infomaterial anzufertigen und das Logo sowie den Namen des Sponsoringnehmers zu verwenden
- Zuteilung eines Kontingents an unentgeltlichen oder verbilligten Eintrittskarten durch den Sponsoringnehmer zur freien Verwendung des Sponsors

Als Spendenleistungen kommen grundsätzlich nur Sachspenden in Betracht.

6. Verfahrensgrundsätze

6.1 _____

6.2 Antragstellung, Entscheidung und Dokumentation

Die Vergabe von Sponsoring- beziehungsweise Spendenleistungen erfolgt auf Grundlage eines Antrags des Leistungsempfängers. Der Leistungsempfänger beschreibt in dem Antrag das zu fördernde Projekt einschließlich des Finanzierungsplanes und erklärt sein Einverständnis, dass die Förderung im Bericht über Sponsoring- und Spendenleistungen veröffentlicht werden kann.

Nähebeziehungen zwischen Personen, die für den Antragsteller verantwortlich tätig sind, zu Personen, die auf Seiten des Fördermittelgebers verantwortlich tätig sind, sind offen zu legen.

Über den Antrag ist nach objektiven Kriterien zu entscheiden. Ein Anspruch auf Förderung besteht nicht. Die zuständigen Stellen dokumentieren jede positive Entscheidung über die Vergabe von Sponsoring oder Spendenmitteln. Die Dokumentation enthält Aussagen zu folgenden Aspekten:

- Eindeutige Zuordnung als Spende oder Sponsoring
- Angemessenheit der Spende beziehungsweise des Sponsorings:
- Angemessenes Verhältnis von Spende zum Anlass und zu der Institution
- Angemessenes Verhältnis von Sponsorenleistung zur Gegenleistung
- Übereinstimmung der konkreten Förderung mit den Unternehmensinteressen: Keine Relevanz persönlicher Interessen einzelner Beteiligter
- Offenlegen von Nähebeziehungen eines Amtsträgers, Organmitglieds oder Mitarbeiters zum Empfänger soweit vorhanden
- Feststellung, ob die Bitte um Sponsoring oder Spenden von einem Amtsträger, Organmitglied oder Mitarbeiter herangetragen wurde
- Feststellung der Zulässigkeit des Zwecks der Mittelvergabe und des Nichtvorliegens von Ausschlusskriterien
- Hinweis auf die bestehenden Geschäftsbeziehungen zum Empfänger Darstellung der erbetenen und der angebotenen Leistung

6.3 Vertragsschluss

Bei positiver Entscheidung überein Sponsoring ist ein Vertrag mit folgenden Regelungen abzuschließen:

1. Zweck des Sponsorings
2. Laufzeit des Vertrages beziehungsweise Datum der zu sponsernden Veranstaltung
3. Angemessen detaillierte Beschreibung von Leistung- und Gegenleistung

Übersteigt der Wert des Sponsorings einen Betrag von 1.000 Euro sind zusätzlich folgende Regelungen zu treffen:

4. Haftungsausschluss für den Sponsoringgeber
5. Regelung zur Kündigung
6. Loyalitätsvereinbarung
7. Verpflichtung zur Verschwiegenheit

Im Fall einer Spendenbewilligung ist eine Spendenbescheinigung einzuholen.

Nach Abschluss der zu fördernden Maßnahme muss der Empfänger der Leistung die Erfüllung des Sponsoringvertrags beziehungsweise die vereinbarungsgemäße Verwendung der Spende nachweisen.