

Der Landrat  
410

Coesfeld, 22.03.2005

Herren Fachbereichsleiter  
und Referentin/Referenten

Damen und Herren Abteilungsleiter/innen

nachrichtlich:

Personalrat der Kreisverwaltung  
Gleichstellungsbeauftragte

### **Grundsätze für Sponsoring, Werbung, Spenden etc.**

Sehr geehrte Damen und Herren,

einer Empfehlung des Landesinnenministeriums folgend habe ich die beiliegenden Grundsätze aufgestellt. Dieses Regelwerk ist ab sofort im Rahmen der Wahrnehmung der Aufgaben bei Sponsoring, Werbung, Spenden verbindlich. Ich bitte Sie, allen Beschäftigten diese Regelungen bekannt zu machen. Gleichzeitig wird die Regelung im Intranet unter Abteilung 411, Dienstanweisungen und –vereinbarungen veröffentlicht.

Anlage

Mit freundlichen Grüßen

Püning

# Grundsätze für Sponsoring, Werbung, Spenden und mäzenatische Schenkungen zur Finanzierung öffentlicher Aufgaben

(Stand: 14.03.2005)

## I. Allgemeines

1. Die Innenminister der Länder sehen einen dringenden Regelungsbedarf für den Einsatz und für die Grenzen von Sponsoring und Werbung zur Finanzierung öffentlicher Aufgaben. Den Ländern wurde empfohlen, die Grundsätze in eigener Verantwortung für alle Ressorts gleichermaßen umzusetzen.
2. Die folgenden Grundsätze gelten für die Wahrnehmung öffentlicher Aufgaben durch die Beschäftigten der Kreisverwaltung, für die Kreispolizeibehörde und das Schulamt nur, soweit keine Landesregelungen bestehen. Länderspezifische oder übergreifende Regelungen für die Verwendung von Drittmitteln bleiben unberührt. Personenbezogene gesetzliche Regelungen (z.B. im Strafrecht oder im Beamtenrecht) bleiben ebenfalls unberührt.
3. Vorrangige Ziele der Grundsätze für Sponsoring und Werbung in der öffentlichen Verwaltung sind
  - die Wahrung der Integrität der öffentlichen Verwaltung sowie die Vermeidung eines bösen Anscheins bei der Wahrnehmung Öffentlicher Aufgaben,
  - die Sicherung des Budgetrechts der Vertretung der Körperschaften des öffentlichen Rechts (Kreistag und Kreisausschuss),
  - die vollständige Transparenz bei der Finanzierung öffentlicher Aufgaben, die Vorbeugung gegen jede Form von Korruption und unzulässiger Beeinflussung und die Flankierung korruptionspräventiver Maßnahmen.

Daher sind

- öffentliche Aufgaben grundsätzlich durch öffentliche Mittel über den Haushaltsplan auf der Grundlage der vom Kreistag beschlossenen Haushaltssatzung zu finanzieren. Sponsoring kommt daher nur ergänzend - unter den in diesen Grundsätzen genannten Bedingungen - in Betracht.
4. Bei der Auswahl von Sponsoringpartnern ist die Chancengleichheit konkurrierender Sponsoren zu gewährleisten (Grundsatz der Neutralität). Die Auswahlkriterien sind zu dokumentieren.

5. Bei Sponsoringmaßnahmen sind die haushaltsrechtlichen Bestimmungen zu beachten.

## II. Begriffe

1. Unter Sponsoring\*) ist die Zuwendung von Geld oder einer geldwerten Leistung (Sach- oder Dienstleistung) durch eine juristische oder natürliche Person mit wirtschaftlichen Interessen zu verstehen, die neben dem Motiv zur Förderung der öffentlichen Einrichtung auch andere Interessen verfolgt. Dem Sponsor kommt es auf seine Profilierung in der Öffentlichkeit über das gesponserte Vorhaben an (Imagegewinn, kommunikative Nutzung). Ziel des Sponsors ist letztlich die Erreichung eines wirtschaftlichen Vorteils; es besteht jedoch auch eine ideelle Komponente. Grundsätzlich erwartet der Sponsor eine Gegenleistung des Gesponsorten.
2. Unter Werbung\*) sind Zuwendungen eines Unternehmens oder unternehmerisch orientierter Privatpersonen für die Verbreitung seiner oder ihrer Werbebotschaften durch die öffentliche Verwaltung zu verstehen, wenn es ausschließlich um die Erreichung eigener Kommunikationsziele - Imagegewinn, Verkaufsförderung, Produktinformation - des Unternehmens oder der Privatperson geht. Die Förderung der jeweiligen öffentlichen Einrichtung ist nur Mittel zum Zweck und liegt nicht im unmittelbaren Interesse des Zuwenders.
3. Spenden\*) sind Zuwendungen von z.B. Privatpersonen oder Unternehmen, bei denen das Motiv der Förderung der jeweiligen Behörde oder Einrichtung dominant ist. Der Spender erwartet keine Gegenleistung.
4. Mäzenatische Schenkungen\*) sind Zuwendungen durch z.B. Privatpersonen oder Stiftungen, die ausschließlich uneigennützige Ziele verfolgen und denen es nur um die Förderung des jeweiligen öffentlichen Zwecks geht.

## III. Zulässigkeit von Sponsoring

1. Das Sponsoring ist nur zulässig, wenn der Anschein einer möglichen Beeinflussung bei der Wahrnehmung des Verwaltungshandelns nicht zu erwarten ist und wenn im Einzelfall keine sonstigen Hinderungsgründe entgegenstehen. Die Sponsoring – Maßnahme muss mit den Zielen und Aufgaben der Behörde vereinbar sein.
2. Sponsoring für Zwecke der Öffentlichkeitsarbeit, der Kultur und des Sports ist darüber hinaus nur zulässig, wenn jeder Einfluss auf die Inhalte auszuschließen ist.
3. Sponsoring zugunsten von Schulen sowie Einrichtungen der Kinder- und Jugendhilfe ist darüber hinaus nur zulässig nach Maßgabe der Regelungen im Lande Nordrhein-

Westfalen, wenn die Interessen des Sponsors mit den pädagogischen Zielen des Bildungs- und Erziehungsauftrages zu vereinbaren sind.

4. Sponsoring zugunsten der Polizei ist darüber hinaus nur zulässig gemäß dem Bericht des Arbeitskreises II der Innenministerkonferenz vom 28.10.1998, beschlossen von der Innenministerkonferenz am 15.12.1998, in der jeweils gültigen Fassung.

#### **IV. Unzulässigkeit von Sponsoring**

1. Sponsoring ist ausgeschlossen, wenn der Anschein entstehen könnte, Verwaltungshandeln würde durch die Sponsoringleistung beeinflusst werden. Dies gilt insbesondere für nachfolgende Abteilungen:
  - 1.1 Abteilungen mit Ordnungs- und Genehmigungsaufgaben, wenn die Sponsoren als Adressaten oder Antragsteller des Verwaltungshandelns in Frage kommen;
  - 1.2 Abteilungen mit Aufsichtsaufgaben, deren potenzielle oder tatsächliche Sponsoren aus dem Aufsichtsbereich oder aus dem Umfeld der Adressaten der Aufsicht stammen;
  - 1.3 Abteilungen mit Bewilligungsaufgaben, wenn die Sponsoren oder deren Umfeld potenzielle oder tatsächliche Zuwendungsempfänger (im Sinne der BHO/LHO/GemHVO) sein könnten;
  - 1.4 Abteilungen mit Beschaffungsaufgaben, deren Sponsoren aus dem Kreis möglicher Auftragnehmer oder Lieferanten stammen könnten;
  - 1.5 Abteilungen mit Planungsaufgaben, wenn die Interessen der Sponsoren mittelbar oder unmittelbar durch die Planung berührt sein könnten;
  - 1.6 Abteilungen als Träger der Wohlfahrtspflege (wie z.B. Träger der Sozialhilfe, Versorgungs- und Sozialbehörden), wenn die Interessen der Sponsoren mittelbar oder unmittelbar durch Leistungen der Wohlfahrtspflege berührt sein könnten;
  - 1.7 Abteilungen, die berufsbezogene Prüfungen oder Eignungsprüfungen durchführen, wenn der Sponsor tatsächlicher oder potentieller Kandidat solcher Prüfungen ist.

Es ist sicherzustellen, dass bei juristischen Personen und Personenvereinigungen, bei denen die absolute Mehrheit der Anteile oder Stimmen der Behörde zusteht oder deren Finanzierung zum überwiegenden Teil durch Zuwendungen der Behörde erfolgt, die v.g. Grundsätze beachtet werden.

2. Sponsoring ist unzulässig, wenn es nicht der Erfüllung von Sachaufgaben der Behörde dient.
3. Die dauerhafte Überlassung von Personal an die öffentliche Verwaltung durch Sponsoren oder die Finanzierung von öffentlichen Bediensteten ist auszuschließen.
4. Sponsoring ist ausgeschlossen, wenn die Durchführung der Aufgabe erkennbar nicht mit dem Haushaltsplan auf der Grundlage der beschlossenen Haushaltssatzung vereinbar ist.
5. Sachleistungen sind nicht zulässig, wenn das Tragen der Folgekosten nicht gewährleistet ist.
6. Die Einwerbung von Sponsoringmitteln bei Beteiligungsgesellschaften der Behörde findet dort ihre Grenze, wo von einer verdeckten Gewinnausschüttung auszugehen ist.

## **VI. Durchführung von Sponsoringmaßnahmen**

1. Hinsichtlich der Zuständigkeiten für den Abschluss von Sponsoringverträgen sind die Wertgrenzen der Geschäftsanweisung über die Ausschreibung und Vergabe für die Erteilung von Aufträgen entsprechend anzuwenden.
2. Zulässige Sponsoringmaßnahmen sind durch den Sponsoringvertrag oder durch eine Dokumentation der Sponsoringvereinbarungen – insbesondere auch bei mündlichen Sponsoringverträgen – **vollständig und abschließend** prüffähig aktenkundig zu machen. Dabei ist Transparenz hinsichtlich Art und Weise sowie Umfang des Sponsoring zu gewährleisten. Die vom Gesponsorten zu erbringende Gegenleistung ist detailliert zu benennen sowie die Laufzeit des Sponsoringvertrages ist anzugeben.
3. Sämtliche Mittel aus Sponsoringaktivitäten sind über den Haushalt der Behörde bzw. die Wirtschaftspläne der Beteiligungsgesellschaften abzuwickeln.
4. Im Rahmen des Sponsoring sollen möglichst nur steuerfreie Einnahmen erzielt werden.

## **VII. Werbung, Spenden und mäzenatische Schenkungen**

1. Die Annahme von Spenden und mäzenatischen Schenkungen ist zulässig, wenn nicht im Einzelfall ein Anschein für eine mögliche Beeinflussung bei der Wahrnehmung öffentlicher Aufgaben zu befürchten ist. Die Grundsätze für die verwaltungsmäßige Behandlung von Sponsoring gelten auch für Spenden und mäzenatische Schenkungen.

5. Werbeverträge sind nur zulässig, wenn der Anschein einer möglichen Beeinflussung bei der Wahrnehmung des Verwaltungshandelns nicht zu erwarten ist und wenn im Einzelfall keine sonstigen Hinderungsgründe entgegenstehen. Solche Werbeverträge sind ausgeschlossen, wenn der Anschein entstehen könnte, Verwaltungshandeln würde hierdurch beeinflusst werden. Hinsichtlich der Durchführung von zulässigen Werbeverträgen sollte wie beim Sponsoring verfahren werden. Gegebenenfalls ist der Abschluss von Werbeverträgen auszuschreiben.

\*) Die Definitionen der Begriffe in den Punkten 4, 5, 6 und 7 sind angelehnt an den Bericht des BRH vom 29.12.2000, Seiten 10 - 13 (Quelle: Bundesrechnungshof; Beratung des Bundesministerium des Innern und der Finanzen nach § 88 Abs. 2 BHO anlässlich der Prüfung und Finanzierung von Aufgaben des Bundes durch Sponsoring, Spenden und sonstigen Zuwendungen Dritter vom 29. Dezember 2000). Siehe zur Begrifflichkeit auch die Definition des BMF, Ertragssteuerliche Behandlung des Sponsoring: Erörterung mit den obersten Finanzbehörden der Länder in der Sitzung KST/GewSt I/98 vom 9. bis 11. Februar 1998, Top I/16 in BSTBI I, 18.2.1998, Seite 212 – 213.

Coesfeld, den 22.03.2005

Kreis Coesfeld  
Der Landrat

Püning