

Sponsoringrichtlinie der Stadt Lauchhammer zum Umgang mit Sponsoring, Spenden und sonstigen Schenkungen (Sponsoringrichtlinie – SponsR)

1. Anwendungszweck, Begriffsbestimmungen

Diese Richtlinie gilt für die Zuwendung von Geld-, Sach- und Dienstleistungen durch Private (Sponsoren) an die Stadt Lauchhammer (Gesponserte), mit der der Sponsor eine Tätigkeit der Verwaltung mit dem Ziel fördert, dadurch einen werblichen oder sonst öffentlichkeitswirksamen Effekt zu erreichen (Sponsoring).

Tätigkeiten im Sinne dieser Richtlinie sind solche, die die Stadt Lauchhammer im Rahmen ihres öffentlichen Auftrages sowie im Rahmen ihrer Eigendarstellung erbringt.

Die nachfolgenden Regelungen gelten für unentgeltliche Zuwendungen Privater (insbesondere Spenden und sonstige Schenkungen) an die Stadt Lauchhammer sinngemäß.

Spenden sind Zuwendungen von Privaten, bei denen das Motiv der Förderung der Stadt Lauchhammer überwiegt. Der Spender erwartet keine Gegenleistung.

(Mäzenatische) Schenkungen sind beispielsweise Zuwendungen Privater, die ausschließlich uneigennützige Zwecke verfolgen und denen es nur um die Förderung des jeweiligen öffentlichen Zwecks geht.

2. Grundsätze

2.1. Öffentliche Aufgaben sind grundsätzlich durch Haushaltsmittel zu finanzieren. Sponsoring kommt daher nur ergänzend in Betracht.

2.2. Folgende Grundsätze sind bei Sponsoring zu berücksichtigen:

- Wahrung der Integrität und des Ansehens der öffentlichen Verwaltung
- Vermeidung eines Anscheins fremder Einflussnahme bei der Wahrnehmung öffentlicher Aufgaben sowie
- Vorbeugung gegen jede Form von Korruption und unzulässiger Beeinflussung.

3. Zulässigkeit

3.1. Sponsoring ist zulässig wenn,

- die Neutralität der öffentlichen Verwaltung gewahrt bleibt,
- nicht gegen Rechtsvorschriften verstoßen oder das öffentliche Wohl beeinträchtigt wird,
- die sachgerechte Aufgabenerfüllung gewährleistet bleibt,
- der Wettbewerb nicht eingeschränkt wird,
- vollständige Transparenz bei der Finanzierung öffentlicher Aufgaben gewährleistet ist.

- 3.2. Sponsoring ist insbesondere zulässig für Zwecke der Öffentlichkeitsarbeit, der Kultur, der Bildung und des Sports sowie des Umweltschutzes, wenn dabei jeder Einfluss auf die Inhalte auszuschließen ist und auch kein Anschein einer solchen Beeinflussung entsteht.

Sachleistungen sind zulässig, wenn die Finanzierung der Folgekosten gewährleistet ist.

Beispiele für zulässiges Sponsoring:

- Veranstaltungen im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit
- Veranstaltungen zur Bewerbung und Förderung des Standortes Lauchhammer
- Veranstaltungen im Rahmen des Sports, der Kultur und der Bildung
- Veranstaltungen und Maßnahmen zur Förderung des allgemeinen Umweltbewusstseins
- sonstige repräsentative Veranstaltungen
- Pressearbeit bei bedeutenden Veranstaltungen
- vollständige oder teilweise Übernahme der Herstellungskosten von Anschauungsmaterial und Fachinformationen in Form verschiedener Medien (z.B. Druck von Informationsbroschüren, Herstellung von CD`s u.a.)
- vollständige oder teilweise Finanzierung eines Gerätes durch einen Förderverein

- 3.3. Im Bereich der Eingriffsverwaltung ist Sponsoring nicht zulässig.

- 3.4. Sponsoring ist ausgeschlossen, wenn der Anschein entstehen könnte, die öffentliche Verwaltung würde durch die Sponsoringleistung im unmittelbaren Zusammenhang beeinflusst werden, insbesondere bei

- 3.4.1. - der Vornahme ordnungsrechtlicher Maßnahmen oder Erteilung von Genehmigungen wenn die Sponsoren als Adressaten oder Antragsteller des Verwaltungshandelns in Frage kommen würden,
- der Bewilligung von Fördermitteln, wenn die Sponsoren potentielle oder tatsächliche Zuwendungsempfänger sein könnten,
- der Durchführung öffentlicher Planungsaufgaben, wenn die Interessen der Sponsoren mittelbar oder unmittelbar durch die Planung berührt sein könnten,
- 3.4.2. - im unmittelbaren Zusammenhang mit der Vergabe öffentlicher Aufträge, wenn die Sponsoren aus dem Bereich möglicher Auftragnehmer oder Lieferanten stammen könnten.

4. Verfahren

- 4.1. Die Einwerbung und die Annahme des Angebotes einer Sponsoringleistung obliegt dem Bürgermeister. Die Einwerbung von Sponsoringleistungen kann vom Bürgermeister delegiert werden.
- 4.2. Die Annahme von angebotenen oder eingeworbenen Sponsoringleistungen ab einem Wert in Höhe von mehr als 10.000 Euro bedarf der Einwilligung der Stadtverordnetenversammlung der Stadt Lauchhammer.
- 4.3. Die Auswahl der Sponsoren muss objektiv und neutral getroffen werden und sachgerecht und nachvollziehbar sein.

Maßstäbe für die Entscheidung können individuelle Zuverlässigkeit, die finanzielle Leistungsfähigkeit, die Geschäftspraktiken und -grundsätze sowie die Kunden- und Medienprofile der Sponsoren sein.

- 4.4. Sponsoringmaßnahmen sind vollständig und abschließend aktenkundig zu machen. Ab einer Sponsoringleistung mit einem Wert von 500,00 Euro ist ein schriftlicher Sponsoringvertrag abzuschließen (Muster: siehe Anlage). Ansonsten ist über den Inhalt des mündlich geschlossenen Vertrages ein Aktenvermerk zu fertigen. Es soll festgehalten werden, welche Tätigkeit gefördert wird, welche spezifischen Leistungen der Sponsor erbringt und welche Verpflichtungen die öffentliche Verwaltung übernimmt. Abweichend davon ist der Abschluss eines schriftlichen Vertrages bei Spenden und mäzenatischen Schenkungen nicht erforderlich.

Als Verpflichtung der öffentlichen Verwaltung darf ausschließlich die Darstellung des Sponsors zugelassen werden, insbesondere die mündliche und schriftliche Nennung des Namens, der Firma, der Marke des Sponsors sowie die Präsentation seines Logos und sonstiger Kennzeichen, jedoch ohne besondere Hervorhebung oder Verlinkung zu dessen Internetseiten.

Darüber hinaus darf die öffentliche Verwaltung den Sponsor und seine Erzeugnisse nicht öffentlich anpreisen.

Durch die Annahme einer Sponsorenleistung dürfen keine Bindungen entstehen, durch die ein öffentlicher Wettbewerb eingeschränkt oder ausgeschlossen wird.

- 4.5. Sponsoring ist gegenüber der Öffentlichkeit offen zu legen. Zur Vermeidung jeden Anscheins von Parteilichkeit der öffentlichen Verwaltung ist jede Sponsoringmaßnahme transparent zu machen: Buchung der Geldleistungen aus Sponsoring bei den entsprechenden Einnahmemitteln, Offenlegung der Geld-, Sach- und Dienstleistungen aus Sponsoring in einem jährlichen Bericht des Bürgermeisters an die Stadtverordnetenversammlung der Stadt Lauchhammer über Ziel, Zweck, Art und Höhe der Sponsoringleistung bis zum 30. Juni des Folgejahres. Hierbei können einzelne Sponsorenleistungen im Gegenwert von je bis zu 500,00 Euro zusammenfassend dargestellt werden.

Der Bericht an die Stadtverordnetenversammlung der Stadt Lauchhammer ist auf der Internetseite der Stadt Lauchhammer zu veröffentlichen.

5. Inkrafttreten

Diese Sponsoringrichtlinie tritt am Tage nach der öffentlichen Bekanntmachung in Kraft.

Lauchhammer, den

Pohlenz
Bürgermeister