

**Rahmenrichtlinie
über die Förderung Dritter durch Unternehmen und Beteiligungen der
Landeshauptstadt Potsdam
(Richtlinie zum aktiven Sponsoring)**

Präambel

Zur Erledigung von Aufgaben der örtlichen Gemeinschaft betätigt sich die Landeshauptstadt Potsdam wirtschaftlich in vielfältiger Weise und verfügt über ein umfassendes Beteiligungsportfolio.

Die Landeshauptstadt Potsdam entfaltet ihre wirtschaftliche Betätigung vor allem in Bereichen, welche für die städtische Entwicklung und die Daseinsvorsorge unerlässlich sind. Aufgrund der besonderen Bedeutung kommunaler Unternehmen für die örtliche Gemeinschaft bedarf daher die Förderung von Dritten durch Unternehmen der Landeshauptstadt Potsdam einer klaren, nachvollziehbaren Regelung in Form einer entsprechenden Richtlinie.

1. Anwendungsbereich

Diese Richtlinie gilt für die unmittelbaren und mittelbaren Unternehmen sowie mittelbaren und unmittelbaren Beteiligungen der Landeshauptstadt Potsdam an Unternehmen mit eigener Rechtspersönlichkeit in Form des privaten Rechts (im Folgenden städtische/kommunale Unternehmen genannt).

2. Grundlagen

Die Vorschriften der Landeshauptstadt Potsdam zur Korruptionsprävention, insbesondere die entsprechende Dienstanweisung für die Dienststellen der Stadtverwaltung und Eigenbetriebe der Landeshauptstadt Potsdam und die im Abschlussbericht der von der Stadtverordnetenversammlung 2011 eingesetzten temporären Transparenzkommission ausgesprochenen Empfehlungen zur Gesamthematik Sponsoring bilden wesentliche Grundlagen dieser Richtlinie.

3. Ziel- und Zweckbestimmung

Diese Richtlinie hat zum Ziel, einheitliche Standards bei Mittelvergaben im Rahmen von Sponsoring, Spenden und ähnlichen Zuwendungen von kommunalen Unternehmen der Landeshauptstadt Potsdam vorzugeben, welche dann in den kommunalen Unternehmen in entsprechenden Unternehmensrichtlinien zu verankern und umzusetzen sind.

Weiteres Ziel dieser Richtlinie ist die Herstellung eines größtmöglichen Maßes an Transparenz jeglicher Förderungen.

4. Begriffsbestimmungen

4.1 Allgemeines

In der öffentlichen Wahrnehmung wird die Förderung von Dritten durch kommunale Unternehmen häufig mit dem Begriff „Sponsoring“ untersetzt. Hier gilt es eine klare Begriffsdefinition entsprechend dem Begriffsverständnis im Schlussbericht der Transparenzkommission vorzunehmen und von anderen Förderbegriffen abzugrenzen.

4.2 Sponsoring

Sponsoring bedeutet die Planung, Organisation, Durchführung und Kontrolle sämtlicher Aktivitäten, die mit der Bereitstellung von Geld, Sachmitteln, Dienstleistungen oder Know - How durch Unternehmen und Institutionen zur Förderung von Personen und/oder Organisationen in den Bereichen Sport, Kultur, Soziales, Umwelt und/oder den Medien, unter vertraglicher Regelung der Leistung des Sponsors und Gegenleistung des Gesponserten verbunden sind, um damit gleichzeitig Ziele der Marketing- und Unternehmenskommunikation zu erreichen. Das Prinzip von Leistung und Gegenleistung grenzt Sponsoring von anderen Formen der Förderung, wie zum Beispiel Mäzenatentum und Spendenwesen ab.

4.3 Spenden, Werbung und sonstige Zuwendungen

In Abgrenzung zum Sponsoring erfolgen Zuwendungen durch Mäzene aus ausschließlich altruistischen Gründen. Mäzene verlangen weder Gegenleistung noch öffentliche Nennung.

Spenden erfolgen zum Teil aus altruistischen Gründen. Jedoch können dabei auch eventuelle Steuervorteile der Spendenden im Raum stehen (s. § 10b EStG), sofern die Zuwendungen zur Förderung steuerbegünstigter Zwecke erfolgen. Bei Spenden werden Gegenleistungen weder verlangt noch vereinbart.

Bei der Werbung besteht kein Fördermotiv; verfolgt wird vielmehr das eigene Kommunikationsziel des Unternehmens.

Unter sonstigen Zuwendungen wären Bürgschaften, Darlehen u.ä. zu subsumieren.

5. Grundsätze der Förderung Dritter durch städtische Unternehmen

5.1 Allgemeines

Der öffentliche Zweck der Unternehmen mit städtischer Beteiligung eröffnet die Möglichkeit, nach sachlichen Kriterien im Unternehmensinteresse, Mittel für soziale, umweltpolitische, wissenschaftliche, sportliche und/oder kulturelle Zwecke einzusetzen, sofern die eingesetzten Mittel im Verhältnis zur finanziellen Situation des Unternehmens angemessen sind.

5.2 Sachliche Kriterien (Förderkriterien)

- Die eingesetzten Mittel sind Teil der Öffentlichkeitsarbeit des städtischen Unternehmens und leisten einen Beitrag zur Kundengewinnung und Kundenbindung.
- Die eingesetzten Mittel leisten einen Beitrag zur Imagepflege des Unternehmens.
- Die Förderung erfolgt im Versorgungsgebiet des Unternehmens.
- Mit der Förderung sind klare Zielstellungen zu formulieren.
- Persönliche Präferenzen bei der Auswahl der Sponsoring- oder Spendenempfänger sowie der Höhe der Begünstigung sind zu vermeiden.
- Mit der Förderung sollen keine Geschäftsbeziehungen beeinflusst werden, keine Abhängigkeiten erzeugt werden.
- Zur Sicherung der politischen Neutralität ist die Förderung politischer Parteien, ihrer Stiftungen und von parteinahen Jugendorganisationen ausgeschlossen.
- Es erfolgt keine Förderung für Vereine, Gruppen bzw. Aktivitäten, die nicht in Einklang mit den Grundsätzen der freiheitlich-demokratischen Ordnung des Grundgesetzes stehen.
- Sponsoringleistungen erfolgen befristet.
- Bei der Gewährung von Bürgschaften bzw. „bedingten Zahlungsverprechen“ sowie Darlehen sind angemessene Risikobewertungen vorzunehmen.

5.3 Zulässigkeit und Angemessenheit der Förderleistungen

Die Förderung Dritter ist nur städtischen Unternehmen gestattet, die über einen Aufsichtsrat verfügen und die zumindest spartenweise im Wettbewerb stehen. Zudem sind beihilferechtliche, konzessionsrechtliche und auch andere gesetzliche Grenzen bzw. Förderverbote strikt zu beachten.

Sponsoring- und Spendenleistungen dürfen nur durch Unternehmen mit positivem Jahresergebnis erbracht werden. Dabei ist unerheblich, ob das Unternehmen über einen Ergebnisabführungsvertrag finanziert wird. In beherrschten Unternehmen dürfen Sponsoring- und Spendenleistungen nicht zu einem negativen Jahresergebnis des herrschenden Unternehmens führen.

Die Höhe dieser Leistungen soll sich nach der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit des Unternehmens richten, grundsätzlich jedoch höchstens 0,5% der jährlichen Umsatzerlöse betragen. Abweichungen hiervon sind zu begründen und in den Aufsichtsorganen des Unternehmens gesondert zu beschließen.

5.4 Verfahrensgrundsätze

Mit der Aufstellung des Wirtschaftsplanes ist das Budget getrennt nach Werbung und Sponsoring (einschließlich Spenden) auszuweisen. Das Sponsoringbudget wird im Rahmen des Wirtschaftsplanes mit beschlossen. Dem Aufsichtsrat sind die geplanten einzelnen Förderungen darzulegen.

Der Aufsichtsrat nimmt das Sponsoringbudget zur Kenntnis. Für die Umsetzung der einzelnen Maßnahmen ist die Geschäftsführung innerhalb des genehmigten Gesamtbudgets verantwortlich.

Der Aufsichtsrat ist im Rahmen der Berichterstattung zur Lage der Gesellschaft über die Abwicklung des Sponsoringbudgets zu informieren.

Die Vergabe erfolgt auf der Grundlage eines Antrages der Leistungsempfänger, die ihr Projekt einschließlich Finanzierungsplan beschreiben sowie ihr Einverständnis erklären, dass die Förderung transparent in die Unternehmensveröffentlichungen aufgenommen werden kann. Nach Eingang des Antrages im Unternehmen ist auf der Grundlage der eigenen Transparenzregeln und des Corporate Governance Kodex der Landeshauptstadt Potsdam die Förderfähigkeit zu prüfen. Danach erfolgt ein Abgleich des Förderantrages mit den Zielen des Unternehmens sowie die Positionierung zum Antrag. Ein Anspruch auf Förderung besteht ausdrücklich nicht. Die Landeshauptstadt Potsdam behält sich vor, die Förderung bestimmter Empfänger und Zwecke zu untersagen.

Nach positiver Entscheidung der Geschäftsführung erfolgt die Information an den Antragsteller zur Gewährung einer Spende bzw. der Abschluss eines Sponsoringvertrages.

Nach Abschluss der Maßnahme haben die Leistungsempfänger dem fördernden Unternehmen bei Spenden die ordnungsgemäße Verwendung bzw. bei Sponsoring die Vertragserfüllung nachzuweisen.

Bei Förderungen über die Wertgrenze von 5.000 EUR hinaus sind mit Antragstellung jegliche Nähebeziehungen zwischen Personen, die für die zu fördernde Institution verantwortlich tätig sind, zu Personen, die für die fördernden Unternehmen verantwortlich tätig sind, offen zu legen. Für die Feststellung einer Nähebeziehung wird auf § 22 Abs. 5 der Kommunalverfassung des Landes Brandenburg verwiesen. Entsprechendes gilt bei Personenidentitäten in Organen und maßgeblichen Gremien des Fördernden und des Geförderten.

5.5 Berichterstattung/Offenlegung

Der Landeshauptstadt Potsdam ist durch die Unternehmen jährlich bis 31. März des Folgejahres ein Bericht über geleistete Sponsoring- und Spendenleistungen zu geben. Die Stadtverordnetenversammlung wird jährlich bis 30. Juni des Folgejahres über die Sponsoring- und Spendenleistungen der städtischen Unternehmen mit individualisierter Offenlegung von Leistungen über 5.000 EUR unterrichtet.

Der Bericht an die Stadtverordnetenversammlung ist auf der Internetseite der Landeshauptstadt Potsdam zu veröffentlichen.

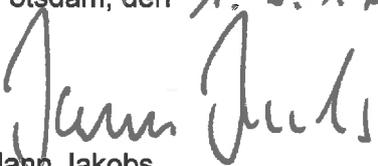
6. Sonstiges

Soweit bei städtischen Unternehmen Dritte Mitgesellschafter sind, soll darauf hingewirkt werden, dass die Rahmenrichtlinie zum aktiven Sponsoring der Landeshauptstadt Potsdam bei Förderungen Dritter in Form von Sponsoring und Spenden berücksichtigt bzw. angewandt wird.

7. Inkrafttreten

Diese Richtlinie tritt mit Wirkung vom 05.12.2012 in Kraft.

Potsdam, den 1.3.16


Jann Jakobs
Oberbürgermeister
der Landeshauptstadt Potsdam

Anlagen: Antragsformular
Formular zur Berichterstattung gegenüber der LHP

Formblatt zur Antragstellung
(Anschrift des Förderers)

Antrag auf Gewährung einer Förderung – Sponsoring/ Spende

1. Antragsteller:

Name/ Bezeichnung:
Anschrift: (Ort/Straße/PLZ)
Auskunft erteilt: (Name/Tel.)
Bankverbindung:
Kreditinstitut:
Bankleitzahl:
Konto-Nr.:
Verwendungszweck:

2. Maßnahme-/Projektbeschreibung:
(Bezeichnung des Projekts)

3. Kategorie:

Soziales Sport Sonstiges: _____
Bildung Kultur _____

Zeitpunkt und Ort des Projekts:

Inhalt des Projekts: (auch Zielstellung und zu erreichende Zielgruppen, Nutzen, Interesse des Förderers)
--

4. Kosten und Finanzierung:

Kosten gesamt:

(darunter Einzelpositionen)

Beantragte Fördersumme:

Sind Eigenmittel vorhanden?

(Wenn ja, in welcher Höhe?)

Erfolgen sonstige Förderungen?

(Wenn ja, durch wen?)

Erklärung des Antragstellers:

- Die in diesem Antrag (einschl. Antragsunterlagen) gemachten Angaben sind vollständig und richtig.
- Es ist bekannt, dass es keinen rechtlichen Anspruch auf Förderung gibt.
- Mit Unterzeichnung des Antrages ist das Einverständnis zur transparenten Veröffentlichung der Förderung erteilt.
- Eine Bescheinigung des Finanzamtes über die Steuerbegünstigung (Gemeinnützigkeit) liegt in Kopie bei.
- Der Nachweis über die Anerkennung sonstiger Begünstigungen (z.B. Träger der freien Jugendhilfe nach § 75 SGB VIII) liegt in Kopie bei.

Ort, Datum

Unterschrift/en

Formblatt Berichterstattung an die LHP

1. Angaben zum Berichterstatter

Unternehmen:

Kontaktperson:

2. Jahresbudget

Höhe:

3. Angaben zu bewilligten Förderungen

Mittelpfänger	Höhe der Förderung		Angaben zum Projekt*					Förderzeitraum
	Sponsoring	Spende	Soziales ○	Bildung ○	Kultur ○	Sport ○	Sonstiges ○	

* Die Angaben sollen die Einordnung in die fünf Kategorien sowie eine kurze inhaltliche Beschreibung mit Zielstellung und Zielgruppen beinhalten.

Ort, Datum:

Unterschrift: