Freie Hansestadt Bremen

Verwaltungsvorschrift über die Annahme und Verwendung von Beträgen aus Sponsoring, Werbung, Spenden und mäzenatische Schenkungen zur Finanzierung öffentlicher Aufgaben der Freien Hansestadt Bremen (Land und Stadtgemeinde Bremen)

Inkrafttreten: 26.07.2008
Fundstelle: Brem.ABl. 2008, 445

außer Kraft

Inhaltsverzeichnis

Präambel

I. Geltungsbereich

II. Zuständigkeiten

III. Begriffsbestimmungen

IV. Allgemeine Grundsätze

V. Zulässigkeit

VI. Berichtswesen

VII. Inkrafttreten der Richtlinie

Präambel

Private Zuwendungen für öffentliche Zwecke sind in der Freien Hansestadt Bremen auf eine lange und bedeutende Tradition zurückzuführen. Sponsoring, Spenden und mäzenatische Schenkungen haben in zunehmendem Maße eine maßgebliche Rolle im öffentlichen und privaten Interesse erhalten und sind gerade für die künftigen Vorhaben von erheblicher Bedeutung. Staatliche Aufgaben sind zwar grundsätzlich durch den

öffentlichen Haushalt zu finanzieren; insbesondere in Zeiten „leerer Kassen“ leisten private Zuwendungen in Form von Sponsoring, Spenden oder mäzenatischen Schenkungen aber einen wichtigen Beitrag zur Verbesserung der Aufgabenwahrnehmung. Private Zuwendungen sind auch wichtiger Bestandteil von öffentlich-privaten Kooperationen im Sinne eines bürgerschaftlichen Engagements. Sie geben den Sponsoren überdies die Möglichkeit, ihre Verbundenheit mit bestimmten öffentlichen Aufgaben zu dokumentieren. Insofern sind private Zuwendungen auch unter diesen Gesichtspunkten grundsätzlich als positiv anzusehen.

Es ist jedoch der Eindruck zu vermeiden, öffentliche Einrichtungen würden sich aufgrund finanzieller Unterstützung oder Leistungen durch Private bei ihrer Aufgabenwahrnehmung beeinflussen lassen oder deren Interessen besonders berücksichtigen. Daher sind besonders strenge Maßstäbe im Zusammenhang mit hoheitlichem Handeln anzulegen. Dies bestätigt auch der Bericht des Arbeitskreises II der Innenministerkonferenz vom 28. Oktober 1998 zur Zulässigkeit von Sponsoring zu Gunsten der Polizei.

Klare Verfahrensabläufe und vollständige Transparenz bei der Annahme von Mitteln und Leistungen aus Sponsoringverträgen, Spenden oder mäzenatischen Schenkungen können hier Abhilfe schaffen. Sie schützen zugleich die Beschäftigten der Behörden und Ämter vor ungewollten, strafrechtlich relevanten Verhaltensweisen („Vorteilsannahme“) und bieten ihnen Verhaltenssicherheit in diesem noch relativ jungen Betätigungsfeld der öffentlichen Verwaltung. Die vorliegende Rahmenrichtlinie soll in diesem Zusammenhang als maßgebliche Orientierung dienen und dabei auch Klarheit im Interesse der privaten Zuwendungsgeber schaffen.

Die Ständige Konferenz der Innenminister und Senatoren der Länder hat am 19. November 2004 die von ihrem Arbeitskreis VI „Verwaltungsorganisation, Aus- und Fortbildung sowie öffentliches Dienstrecht“ empfohlenen „Grundsätze für Sponsoring, Werbung, Spenden und mäzenatische Schenkungen zur Finanzierung öffentlicher Aufgaben“ als Rahmenrichtlinie beschlossen, deren inhaltliche Umsetzung für die Freie Hansestadt Bremen mit der vorliegenden Verwaltungsvorschrift erfolgt.

I. Geltungsbereich

Diese Verwaltungsvorschrift gilt für alle Dienststellen, Eigenbetriebe und Stiftungen des öffentlichen Rechts der Freien Hansestadt Bremen (Land und Stadtgemeinde Bremen) einschließlich deren nachgeordneter Einrichtungen.

Den öffentlichen Unternehmen wird die Anwendung dieser Verwaltungsvorschrift empfohlen, insbesondere soweit sie in ausgegliederter Form öffentliche Aufgaben

außer Kraft

wahrnehmen und sie Empfänger von Zuwendungen in Form von Sponsoring, Spenden oder mäzenatischen Schenkungen sind.

Neben dieser Regelung gilt die Verwaltungsvorschrift zur Vermeidung und Bekämpfung der Korruption in der öffentlichen Verwaltung der Freien Hansestadt Bremen (Land und Stadtgemeinde Bremen) und die Verwaltungsvorschrift über die Annahme von Belohnungen und Geschenken in der gegenwärtigen Fassung.

II. Zuständigkeiten

Die Ressorts entscheiden unter Beachtung dieser Rahmenvorgaben in eigener Zuständigkeit über die Zulässigkeit der Annahme von Einnahmen von Sponsoring, Werbung, Spenden und mäzenatischen Schenkungen. Die grundsätzliche Verantwortung obliegt dabei den jeweiligen Behördenleitungen. Die konkreten Einzelfallentscheidungen können auf die Amtsleitungen/Leitungen der Eigenbetriebe oder die Leitungen der Stiftungen des öffentlichen Rechts delegiert werden. Übersteigt der Wert 500 Tsd. € oder betragen die Folgekosten mehr als 100 Tsd. € p. a., ist vor der Annahme die Zustimmung des Senats einzuholen.

Im Rahmen der durch diese Verwaltungsvorschrift aufgestellten Grundsätze können die einzelnen Ressorts für ihre Verwaltungen spezielle Regelungen erlassen, insbesondere darüber, welche Stellen bei den einzelnen Sachverhalten ergänzend zu beteiligen sind.

III. Begriffsbestimmungen

Die Leistungen Privater an die öffentliche Verwaltung in Form von Geld oder eines geldwerten Vorteils werden je nach Art der vereinbarten Gegenleistung unterschieden in Sponsoring, Werbung, Spenden und mäzenatische Schenkungen.[1]

Sponsoring

Unter **Sponsoring** ist die Leistung von Geld oder einer geldwerten Leistung durch eine natürliche oder juristische Person mit wirtschaftlichen Interessen zu verstehen, die neben dem Motiv zur Förderung einer Maßnahme oder öffentlichen Einrichtung auch andere Interessen verfolgt. Dem Sponsor/der Sponsorin kommt es auf eine Profilierung in der Öffentlichkeit über das gesponserte Produkt oder Projekt an (Imagegewinn, Steigerung der Unternehmens- oder Markenbekanntheit).

Werbung

Unter **Werbung** sind Leistungen in Form von Geld oder geldwerten Leistungen eines Unternehmens oder einer unternehmerisch orientierter Privatperson für die Verbreitung seiner Werbebotschaften durch die öffentliche Verwaltung zu verstehen, wenn es

außer Kraft

ausschließlich um die Erreichung eigener Kommunikationsziele – Imagegewinn, Verkaufsförderung oder Produktinformation – des Unternehmens oder der Privatperson geht.

Spenden

Spenden sind Leistungen durch Dritte (z. B. Privatpersonen oder Unternehmen) in Form von Geld oder geldwerter Leistung, bei denen das Motiv der Förderung der jeweiligen Behörde oder Einrichtung dominant ist. Der Spender/die Spenderin erwartet keine Gegenleistung.

Mäzenatische Schenkungen

Mäzenatische Schenkungen sind Leistungen durch Dritte (z. B. Privatpersonen, Stiftungen oder Unternehmen) in Form von Geld oder geldwerten Leistungen, die ausschließlich uneigennützige Ziele verfolgen und denen es nur um die Förderung des öffentlichen Zwecks geht.

IV. Allgemeine Grundsätze

Leistungen aus Sponsoring, Werbung, Spenden oder mäzenatischen Schenkungen sind Einnahmen des Landes oder der Stadtgemeinde Bremen, die im jeweiligen Haushalt nachzuweisen sind. Die haushaltsrechtlichen Bestimmungen sind zu beachten.

Für die Forschungsmittel der Hochschulen gelten die einschlägigen Bestimmungen des Hochschulrahmengesetzes, die entsprechenden Bestimmungen für die bremischen Hochschulen und übergreifende Regelungen für Drittmittelforschung.

Im Übrigen gelten folgende Grundsätze für die Wahrnehmung öffentlicher Aufgaben mit Hilfe von Sponsoring, Werbung, Spenden und mäzenatischen Schenkungen:

– Sponsoring, Werbung, Spenden oder mäzenatische Schenkungen sind nur zulässig, wenn der Haushaltsgesetzgeber erkennbar die Durchführung der Aufgabe nicht ausgeschlossen hat.

– Das Budgetrecht der Bremischen Bürgerschaft und ggf. der Vertretungen der Körperschaften des öffentlichen Rechts muss gesichert bleiben.

– Die Integrität der öffentlichen Verwaltung muss gewahrt bleiben.

– Die öffentliche Verwaltung darf sich bei der Wahrnehmung ihrer Aufgaben nicht durch finanzielle Leistungen Dritter beeinflussen lassen, zudem muss der Anschein, dass

außer Kraft

die öffentliche Verwaltung sich bei der Wahrnehmung ihrer Aufgaben durch finanzielle Leistungen Dritter beeinflussen ließe, auf jeden Fall vermieden werden.

– Die vollständige Transparenz bei der Finanzierung öffentlicher Aufgaben muss gegeben sein.

– Die Verwaltungsvorschrift zur Vermeidung und Bekämpfung der Korruption in der jeweils gültigen Fassung ist einzuhalten.

– Im Einzelfall dürfen der Annahme von Sponsoring, Werbung, Spenden oder mäzenatischen Schenkungen keine sonstigen Hinderungsgründe entgegenstehen.

– Steuerliche Fragen sind im Bedarfsfall mit der Steuerbehörde zu klären.

– Im Bereich Sponsoring und Werbung ist die Wettbewerbs- und Chancengleichheit zu beachten.

V. Zulässigkeit

Sponsoring

Leistungen Dritter dürfen von Behörden der bremischen öffentlichen Verwaltung nur angenommen werden, wenn eine Beeinflussung bei der Wahrnehmung des Verwaltungshandelns sowie jeder Anschein, Verwaltungshandeln könnte durch Leistungen beeinflusst werden, objektiv vermieden wird.

Sponsoring, insbesondere für Zwecke der Öffentlichkeitsarbeit, der Kultur und des Sports, ist nur unter Beachtung dieser Vorschrift zulässig, wenn jeder Einfluss auf die Inhalte auszuschließen ist.

Sponsoring zu Gunsten der Polizei ist nur zulässig im Rahmen des im Bericht des Arbeitskreises II der Innenministerkonferenz vom 28. Oktober 1998 (beschlossen von der IMK am 15. Dezember 1998) beschriebenen Umfangs.

Sponsoring zu Gunsten von Schulen sowie Einrichtungen der Kinder- und Jugendhilfe ist nur zulässig, wenn die Interessen des Sponsors mit den pädagogischen Zielen des Bildungs- und Erziehungsauftrages zu vereinbaren sind.

Hinsichtlich der steuerlichen Behandlung von Leistungen aus Sponsoring wird auf das als Anlage 1 beigefügte Rundschreiben des Bundesministeriums der Finanzen vom 18. Februar 1998 – veröffentlicht im Bundessteuerblatt Teil 1, Seite 212 – hingewiesen.

Sponsoring ist in den nachfolgenden Bereichen grundsätzlich ausgeschlossen:

außer Kraft

– bei Ordnungs- und Genehmigungsbehörden, wenn die Sponsoren/innen als Adressaten oder Antragsteller des Verwaltungshandelns in Frage kommen,

– bei Aufsichtsbehörden, deren potenzielle oder tatsächliche Sponsoren aus dem Aufsichtsbereich oder aus dem Umfeld der Adressaten der Aufsicht stammen,

– bei Bewilligungsbehörden, wenn die Sponsoren/ innen oder deren Umfeld potenzielle oder tatsächliche Zuwendungsempfänger (im Sinne § 23 der Landeshaushaltsordnung (LHO)) sein könnten,

– öffentliche Stellen mit Beschaffungsaufgaben, deren Sponsoren/innen aus dem Kreis möglicher Auftragnehmer oder Lieferanten stammen könnten,

– öffentliche Stellen mit Planungsaufgaben, wenn die Interessen der Sponsoren/innen mittelbar oder unmittelbar durch die Planung berührt sein könnten,

– Öffentliche Träger der Wohlfahrtspflege (wie z. B. Träger der Sozialhilfe, Versorgungs- und Sozialbehörden), wenn die Interessen der Sponsoren/ innen mittelbar oder unmittelbar durch Leistungen der Wohlfahrtspflege berührt sein könnten,

– öffentliche Stellen, die berufsbezogene Prüfungen oder Eignungsprüfungen durchführen, wenn der Sponsor/die Sponsorin tatsächliche/r oder potenzielle/r Kandidat/in solcher Prüfungen ist,

– Verfassungsschutzbehörden.

In Ausnahmefällen kann hiervon jedoch abgewichen werden, sofern nach einer sorgfältigen Gesamtschau aller Umstände eine Beeinflussung des Verwaltungshandelns ausgeschlossen werden kann.

Die dauerhafte Überlassung von Personal an die öffentliche Verwaltung durch Sponsoren/ Sponsorinnen oder die Finanzierung von öffentlichen Bediensteten ist auszuschließen. Stiftungsprofessuren bleiben unberührt.

Insbesondere Sachleistungen sind nur zulässig, wenn das Tragen der Folgekosten gewährleistet ist.

Zur besseren Transparenz und Kontrolle der Sponsoringentscheidungen ist jede Vereinbarung über eine Sponsoringleistung zu dokumentieren. Ab einem Wert von 5 000 € ist die Entscheidung in einem schriftlichen Vertrag festzuhalten, der insbesondere Art und

außer Kraft

Umfang der Leistungen des Sponsors/der Sponsorin und der Empfänger abschließend regelt (siehe Anlage ‘Sponsoringvertrag’).

Die/der Antikorruptionsbeauftragte/r des jeweiligen Ressorts ist im Verfahren zu beteiligen.

Werbung

Werbeverträge mit Trägern der öffentlichen Verwaltung 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 insbesondere nach dem Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) entgegenstehen. Hinsichtlich der Durchführung von zulässigen Werbeverträgen ist wie bei Sponsoring zu verfahren.

Spenden und mäzenatische Schenkungen

Die Annahme von Spenden und mäzenatischen Schenkungen durch Träger öffentlicher Stellen oder Behörden ist zulässig, wenn eine Beeinflussung bei der Wahrnehmung des Verwaltungshandelns ausgeschlossen und im Einzelfall nicht der Anschein für eine mögliche Beeinflussung bei der Wahrnehmung öffentlicher Aufgaben zu befürchten ist.

Sofern mit Spendern oder Mäzenaten auf deren Wunsch Verträge abgeschlossen werden, ist wie beim Sponsoring zu verfahren

Sofern bei Spendern und Mäzenen der Wunsch nach Anonymität besteht, ist dies ohne weiteres möglich. Die Gründe sind jedoch durch das zuständige Ressort zu dokumentieren.

VI. Berichtswesen

Die Ressorts berichten der Senatorin für Finanzen für ihre Behörden und Ämter incl. ihrer nachgeordneten Einrichtungen einmal jährlich über alle im Haushaltsjahr angenommenen Beträge ab einem Wert von 5 000 €.

Der Bericht enthält folgende Angaben:

– Empfänger/in der Leistung (Name der Dienststelle/Einrichtung),

– Art der Leistung (Sponsoring, Werbung, Spende, mäzenatische Schenkung),

– Form der Leistung (Finanzmittel, Dienst- oder Sachleistung),

– Zweck der Leistung (geförderte öffentliche Aufgabe),

außer Kraft

– Höhe der Mittel oder wirtschaftlicher Wert der Leistung,

– Höhe eventueller Folgekosten (einmalige und ggf. jährliche Kosten),

– erbrachte Gegenleistung (z. B. Nennung des Firmennamens),

– Angaben zum Leistungsgeber (Name und Wohnort/Firmensitz – ohne Straßennennung –),

– bei Spendern und Mäzenen ggf. der Hinweis „Anonym“.

Aus den Meldungen der Ressorts erstellt die Senatorin für Finanzen einen Jahresbericht, den der Senat der Bremischen Bürgerschaft zur Kenntnis gibt. Der Jahresbericht wird im Internet veröffentlicht. Der Leistungsgeber ist im Vertrag auf die Veröffentlichung hinzuweisen.

VII. Inkrafttreten der Richtlinie

Diese Verwaltungsvorschrift tritt am Tage nach der Veröffentlichung im Amtsblatt der Freien Hansestadt Bremen in Kraft.

Die Verwaltungsvorschrift tritt mit Ablauf des 31. Dezember 2012 außer Kraft.

Bremen, den 1. Juli 2008

Die Senatorin für Finanzen

Anlagen

Anlage 1	Mustervertrag Sponsoring
Anlage 2	BMF-Schreiben vom 18. Februar 1998 zur ertragsteuerlichen Behandlung des Sponsoring

außer Kraft

Anlagen (nichtamtliches Verzeichnis)

Weitere Informationen siehe rechte Spalte oben.

Fußnoten

1) Auf § 10 b EStG sowie Anlage 1 der Verwaltungsvorschrift wird hingewiesen.

Weitere Fassungen dieser Vorschrift

Vorschrift vom 17.07.2012, gültig ab 06.10.2012

außer Kraft