

# Checkliste

## **SPONSORING**

### **Sponsoring**

---

Sponsoring ist die Zuwendung von Geld oder geldwerten Leistungen (Sachmittel, Dienstleistungen oder Know-how) durch eine Sponsorin oder einen Sponsor (eine juristische oder natürliche Person), die oder der in der Regel neben der Förderung der öffentlichen Aufgabe beziehungsweise der öffentlichen Einrichtung (der ideellen Komponente) auch gerechtfertigte wirtschaftliche Interessen verfolgt.

Der Sponsorin oder dem Sponsor kommt es unter anderem darauf an, für ihre oder seine Leistung einen Image- und Ansehensgewinn sowie Präsenz in der Öffentlichkeit (Werbeeffekt) zu erlangen.

### **Beispiele**

---

- Veranstaltungen im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit
- Veranstaltungen und Messen
- Veranstaltungen zur Bewerbung des Wirtschaftsstandortes
- Veranstaltungen im Rahmen der Sport-, Kunst- und Kultur- sowie Bildungsverwaltung
- Maßnahmen zur Förderung des Umweltbewusstseins
- Zusätzliche Maßnahmen im Bereich der Lehrlings- und Gesundheitsförderung
- Zuwendungen an Büchereien als Ergänzung des Medienangebots
- Übernahme der Kosten von Anschauungsmaterial und Fachinformationen

Die Wahrnehmung öffentlicher Aufgaben darf nicht von Sponsoring abhängig sein. Dadurch sollen die Unabhängigkeit und die Unbeeinflussbarkeit des öffentlichen Dienstes gewährleistet werden.

Die Interessen der Sponsorin oder des Sponsors müssen mit den Zielen des öffentlichen Dienstes vereinbar sein. Sponsoring scheidet von vornherein aus, wenn auch nur der Anschein der Beeinflussbarkeit entstehen könnte.

Dies gilt insbesondere für:

- Bewilligungs- und Genehmigungsbehörden, wenn die Sponsorinnen oder Sponsoren bereits bestehende oder unter Umständen zukünftige Parteien oder Beteiligte eines Verfahrens sind;
- Aufsichtsbehörden, wenn die Sponsorinnen oder Sponsoren aus dem Aufsichtsbereich stammen;
- Dienststellen mit Beschaffungsaufgaben, wenn die Sponsorinnen oder Sponsoren aus dem Kreis möglicher Auftragnehmerinnen und Auftragnehmer oder Lieferantinnen und Lieferanten stammen könnten;

# Checkliste

## **SPONSORING**

- Dienststellen mit Planungsaufgaben, wenn die Interessen der Sponsorinnen oder Sponsoren durch die Planung berührt werden;
- Dienststellen, die berufsbezogene Prüfungen oder Eignungsprüfungen durchführen, wenn Sponsorinnen oder Sponsoren Kandidatinnen oder Kandidaten solcher Prüfungen sein könnten.

---

Sponsoring darf ausschließlich der Gebietskörperschaft oder dem Gemeindeverband, für die oder den die oder der öffentlich Bedienstete tätig wird, im Rahmen der Privatwirtschaftsverwaltung zukommen. Sponsoring darf nicht im Austausch gegen ein Amtsgeschäft oder im Hinblick auf eine Beeinflussung der Amtsführung vereinbart werden. Im Bereich der Hoheitsverwaltung bedarf es für die Verknüpfung von Sponsoring mit einem Amtsgeschäft einer (ausdrücklichen) gesetzlichen Grundlage.

Die Finanzierung von Personal des öffentlichen Dienstes sowie die unentgeltliche Zurverfügungstellung von Personal, das an die Stelle von Personal des öffentlichen Dienstes tritt, sind auszuschließen.

Im Zuge von Sponsoring sollen grundsätzlich keine (Folge-)Kosten entstehen. Ist abzusehen, dass im Rahmen von Sponsoring (Folge-)Kosten erwachsen, sind bereits im Vorfeld die haushaltsrechtlich vorgesehenen Vorkehrungen zu treffen.

Das gesamte Verfahren ist in schriftlicher Form sowie unter Einhaltung des Vier-Augen-Prinzips abzuwickeln und vollständig aktenmäßig und transparent zu dokumentieren. In der schriftlichen Sponsoringvereinbarung sollten insbesondere folgende Informationen abgebildet sein:

- Die Bezeichnung der Sponsorin oder des Sponsors mit vollem Namen oder der Firma,
- die Beschreibung des Sponsorings, insbesondere der Sache nach,
- der Wert des Sponsorings, bei dessen Nichtfeststellbarkeit der nachvollziehbar geschätzte Wert,
- der Zeitpunkt des Sponsorings,
- die tatsächlichen Nutznießerinnen und Nutznießer des Sponsorings,
- gegebenenfalls die zugestandene Nennung der Sponsorin oder des Sponsors oder einer Marke beziehungsweise die Präsentation eines Logos oder sonstiger Kennzeichen,
- der ausdrückliche Hinweis auf die Unentgeltlichkeit eines Sachsponsorings,
- der Ort des Sponsorings und die Liefermodalitäten des gesponserten Gutes,
- Haftungsregelungen betreffend das gesponserte Gut,

# Checkliste

## **SPONSORING**

- im Falle eines unverbrauchbaren Sachsponsorings dessen Rücknahme durch die Sponsorin oder den Sponsor und
- das Abbedingen der allgemeinen Geschäftsbedingungen der Sponsorin oder des Sponsors.

Im internen Vergabeakt ist außerdem nach Möglichkeit der Wert zu schätzen, wenn beispielsweise die Nennung der Sponsorin oder des Sponsors oder einer Marke beziehungsweise die Präsentation eines Logos oder sonstiger Kennzeichen zugestanden wird.

---

Die Annahme von Sponsoring richtet sich nach der Zuständigkeit für den Abschluss von Verträgen gemäß den Organisationsvorschriften. Insbesondere sind die haushaltsrechtlichen Bestimmungen zu beachten.

---

Nach Möglichkeit soll eine klare Trennung zwischen den Bereichen Sponsoring und Vergaben bestehen, ebenso zwischen dem für den Vertragsabschluss zuständigen Bereich und dem Bereich, der Nutznießer des Sponsorings ist. Die Annahme eines Sponsorings darf sich unter keinen Umständen auf Vergaben auswirken.

---

Bei der Auswahl einer von mehreren Sponsoringpartnerinnen oder eines von mehreren Sponsoringpartnern ist auf die Wahrung von Wettbewerb und Chancengleichheit Bedacht zu nehmen. Als Maßstab für die Entscheidung können unter anderem die individuelle Zuverlässigkeit, die finanzielle Leistungsfähigkeit, die Geschäftspraktiken und -grundsätze, die getroffenen Compliance-Maßnahmen sowie die Kunden- und Medienprofile der Sponsorinnen oder der Sponsoren sowie deren öffentliche Wahrnehmung herangezogen werden.

---

Öffentliche Aufgaben sind grundsätzlich durch öffentliche Mittel zu finanzieren. Sponsoring kommt daher nur ausnahmsweise und ergänzend in Betracht, sofern durch Gesetz oder Verordnung nicht anderes bestimmt ist. Dabei darf es zu keiner Abhängigkeit des öffentlichen Dienstes oder eines Teils des öffentlichen Dienstes kommen. Eine Unterfinanzierung aufgrund erwarteter Sponsoringeinnahmen ist daher auszuschließen.

---

Art und Umfang des Sponsorings sowie die Sponsorinnen beziehungsweise die Sponsoren sind für jede Sponsoringmaßnahme transparent zu machen! Dazu gehören die Vereinnahmung im Wege der Haushaltsverrechnung und die Offenlegung in geeigneten Publikationen.