

Richtlinien für Spenden, Sponsoring und Werbung
der Stadt Mülheim an der Ruhr
vom 26.07.2011

in der Fassung vom 01.06.2022

I. Anwendungsbereich und Ziele

Diese Richtlinien gelten für die Zuwendungen von Geld-, Sach- oder Dienstleistungen durch Private an die Stadt Mülheim an der Ruhr zur Förderung von Verwaltungszielen.

Die Richtlinien sind verbindlich für alle städtischen Einrichtungen, eigenbetriebsähnlichen Einrichtungen und Eigenbetriebe (im Folgenden Fachbereich/ Fachbereiche genannt).

Die Richtlinien dienen der Schaffung von Transparenz nach erfolgten Zuwendungen an die Stadt und leisten somit einen Beitrag zur Korruptionsprävention.

II. Begriffe

"Sponsoring" ist die Zuwendung von Geld oder einer geldwerten Leistung durch eine juristische oder natürliche Person mit wirtschaftlichen Interessen, die neben dem Motiv der Förderung der öffentlichen Einrichtung auch andere Interessen verfolgt. Den Sponsoren kommt es auf eine Profilierung in der Öffentlichkeit über das gesponserte Produkt an (Imagegewinn, Kommunikative Nutzung [1]). Sponsoring basiert immer auf dem Prinzip von Leistung und Gegenleistung.

"Werbung" ist - meist ohne jeden gemeinnützigen Fördergedanken - jede Art der nicht-persönlichen Vorstellung und Förderung von Ideen, Waren oder Dienstleistungen von eindeutig identifizierbaren Auftraggebern durch den Einsatz bezahlter Medien, wodurch die Werbenden eine von ihnen definierte Zielgruppe zur Förderung unternehmerischer Zwecke zu erreichen und zu beeinflussen suchen (Beispiele: Verkauf von Anzeigen in Informationsbroschüren, Vermietung von Werbeflächen und so weiter).

"Spenden" sind eine freiwillige Zuwendung von Geld-, Sach- oder Dienstleistungen oder sonstigen geldwerten Vorteilen durch Private an die Stadt Mülheim an der Ruhr zur Förderung von anerkannten gemeinnützigen Zwecken ohne Anspruch auf Gegenleistung.

"Mäzenatische Schenkungen" sind Zuwendungen durch Privatpersonen / Unternehmen (Mäzene), die ausschließlich uneigennützige Ziele verfolgen und denen es nur um die Förderung des jeweiligen öffentlichen Zweckes geht. Mäzene handeln aus selbstlosen Motiven und wünschen in der Regel keine Öffentlichkeitswirkung.

"Private" / "Zuwendende" sind alle natürlichen Personen, Personengesellschaften und juristische Personen des privaten Rechts, die an die Stadt Mülheim an der Ruhr Sponsoring, Spenden und/oder mäzenatische Schenkungen leisten. Soweit juristische Personen des Öffentlichen Rechts wie Private auftreten, gelten diese als "Private" / "Zuwendende" im Sinne dieser Richtlinien.

**Richtlinien für Spenden, Sponsoring und Werbung
der Stadt Mülheim an der Ruhr
vom 26.07.2011**

in der Fassung vom 01.06.2022

III. Zulässigkeit von Sponsoring

Bei der Entscheidung über den Einsatz von Sponsoring sind folgende Grundsätze zu beachten:

Im Bereich der hoheitlichen Verwaltungsaufgaben ist Sponsoring grundsätzlich nicht zulässig.

Sponsoring ist außerdem ausgeschlossen, wenn der Anschein entstehen könnte, Verwaltungshandeln könnte durch die Sponsoringleistungen beeinflusst werden. [2]

Im Zusammenhang mit Sponsoring dürfen keine Zusatzaufgaben entstehen, die dem Haushalt und den haushaltsrechtlichen Vorschriften zuwiderlaufen. Sponsoring muss mit dem Verwaltungszweck vereinbar sein.

Soweit die Stadt in dem gesponserten Bereich eine marktbeherrschende Stellung innehat, sind mehrere potentielle Zuwendende um Sponsoringmittel anzufragen. Liegen mehrere Angebote vor, ist bei der Auswahl auf Neutralität zu achten. Sponsoringangeboten eigener Betriebe und Gesellschaften ("Konzern Stadt") kann Vorrang vor Angeboten rein privater Unternehmen eingeräumt werden. Die Gründe für die Auswahl des Sponsors sind in einem Vermerk zu dokumentieren.

Die Stadt Mülheim an der Ruhr und ihre Beschäftigten dürfen sich bei der Erfüllung ihrer Aufgaben oder bei der Vergabe öffentlicher Aufträge nicht von den Interessen der Sponsoren leiten lassen.

Sollen die Sponsoringleistungen einem bestimmten oder einer konkreten Mehrzahl von Beschäftigten zugutekommen, sind die Grundsätze der Stadt Mülheim an der Ruhr zu "Korruptionsprävention, Korruptionsbekämpfung" zu beachten.

IV. Abschluss von Sponsoringverträgen

Zur Förderung von Transparenz und zur Kontrolle der Sponsoringentscheidungen ist jede Vereinbarung über eine Sponsoringleistung durch den tangierten Fachbereich in einem schriftlichen Vertrag festzuhalten, der insbesondere Art und Umfang der Leistungen der Sponsoren und der Empfänger regelt.

1. Rechtsnatur des Sponsoringvertrags

Der Sponsoringvertrag muss stets den Umständen des Einzelfalls angepasst werden. Im Grundsatz enthält er aber immer dieselben Vertragselemente.

Sponsoren, Gesponserte und die übrigen Beteiligten streben keine unverbindliche bloße Absichtserklärung an, sondern es bestehen wechselseitig bindende und einklagbare Verpflichtungen.

**Richtlinien für Spenden, Sponsoring und Werbung
der Stadt Mülheim an der Ruhr
vom 26.07.2011**

in der Fassung vom 01.06.2022

2. Vertragsgestaltung

Zur Erreichung größtmöglicher Transparenz und Offenheit auch im Verhältnis zu Vertragspartnern sind Sponsoringverträge schriftlich abzuschließen, sofern der gesponserte Betrag oder der Wert der Sach- oder Dienstleistung einmalig oder jährlich 1.000 Euro überschreitet.

Dazu ist grundsätzlich das im Anhang beigefügte Muster zu verwenden. Bei Abweichungen ist das Rechtsamt zu kontaktieren. Das Muster orientiert sich im Wesentlichen an folgenden Grundsätzen:

Vertragsgegenstand

In dem Vertrag sind Leistung und Gegenleistung möglichst genau zu bezeichnen. Zur Wahrung der Objektivität und Neutralität der öffentlichen Verwaltung dürfen den Sponsoren keine Zugeständnisse gemacht werden, die ihnen Einflussmöglichkeiten auf die Erledigung öffentlicher Aufgaben einräumen.

Laufzeit / Kündigung

Der Sponsoringvertrag ist zeitlich zu befristen, um das Entstehen von Abhängigkeiten zu vermeiden. Die maximale Laufzeit sollte regelmäßig auf zwei Jahre beschränkt werden, es sei denn, besondere Umstände sprechen für eine längere Bindung an die Sponsoren.

Keine Ausschließlichkeit

Zur Klarstellung sollte die Sponsoringvereinbarung eine Regelung darüber enthalten, dass es der Stadt Mülheim an der Ruhr gestattet ist, neben dem abzuschließenden Sponsoringvertrag weitere Sponsoringverträge mit anderen Sponsoren einzugehen, wenn diese keine direkten Wettbewerbern der Sponsoren sind.

Zusatzkosten

In einer besonderen Bestimmung zu den Kosten ist zu regeln, wer die bei der Durchführung des Sponsoring entstehenden Zusatzkosten trägt. Das hiermit verbundene Kostenrisiko sollte - soweit möglich - auf die Sponsoren übertragen werden. Aus Sicht der Stadt Mülheim an der Ruhr ist die Abwicklung des Sponsoringvertrags kostenneutral zu halten.

**Richtlinien für Spenden, Sponsoring und Werbung
der Stadt Mülheim an der Ruhr
vom 26.07.2011**

in der Fassung vom 01.06.2022

V. Zuständigkeit und Verfahren bei Sponsoring

1. Zuständigkeit

Die Zuständigkeit für Vertragsabschlüsse liegt grundsätzlich beim Fachbereich.

In Fällen von besonderer Bedeutung ist die Zustimmung der Oberbürgermeisterin / des Oberbürgermeisters erforderlich. Ein Fall von besonderer Bedeutung liegt in der Regel vor, wenn die Sponsoringleistung einen Wert von 100.000 Euro überschreitet.

Unabhängig von der Höhe des Sponsoringbetrages gilt, dass bei Unsicherheiten über die rechtliche Zulässigkeit oder die steuerlichen Wirkungen des Sponsorings frühzeitig die für die jeweiligen Fragen zuständigen Fachämter (Amt 30 und Amt 24) zu kontaktieren sind.

Dem / Der Beauftragten für Korruptionsprävention im Amt 11 sind die Verträge nach Abschluss zur Kenntnis vorzulegen.

2. Haushaltmäßige Behandlung der Sponsoringleistung

Die buchhalterische Abwicklung wird im Leitfaden "Buchungsgeschäft" des Amtes 24 und im Kontierungshandbuch des Amtes 24 (unter Punkt 44: Privatrechtliche Leistungsentgelte sowie Kostenerstattungen und Kostenumlagen) geregelt.

Beim Erhalt von Sachleistungen ist das Amt 24, zentrale Finanzbuchhaltung, immer direkt zu informieren. Die passive Rechnungsabgrenzung (Leistungserbringung im Folgejahr oder später) oder konsumtive Verbindlichkeit ist im Rahmen des Jahresabschlusses zu prüfen.

Mehrerträge dürfen innerhalb eines Jahres gemäß § 21 Absatz 2 Kommunalhaushaltsverordnung NRW (KomHVO NRW) (unechte Deckungsfähigkeit) für entsprechende Mehraufwendungen verwendet werden.

Die haushaltsrechtlichen Vorschriften sind in jedem Fall zu beachten.

3. Steuerliche Behandlung des Sponsorings

Aufgrund der Vielfältigkeit der Leistungen, die eine Kommune im Rahmen eines Sponsoringvertrages grundsätzlich erbringen kann, ist eine pauschale steuerrechtliche Klassifizierung nicht möglich. Jeder Einzelfall muss unter Berücksichtigung der Rahmenbedingungen steuerlich gesondert betrachtet werden. Aus diesem Grund sind vor der Unterzeichnung eines Sponsoringvertrages die möglichen steuerrechtlichen Auswirkungen mit Amt 24 abzustimmen.

Grundsätzliche Informationen enthält die Anlage zu Punkt V.3 dieser Richtlinien.

**Richtlinien für Spenden, Sponsoring und Werbung
der Stadt Mülheim an der Ruhr
vom 26.07.2011**

in der Fassung vom 01.06.2022

VI. Zuwendungsregister

Zum Zwecke der Herstellung von Transparenz bei Zuwendungen Privater an die Stadt Mülheim an der Ruhr wird ein zentrales Zuwendungsregister eingerichtet und geführt. Registerführende Stelle ist Amt 11, da dort das Thema Korruptionsprävention verortet ist.

In das Zuwendungsregister sind alle Zuwendungen im Sinne der

Ziffer II. dieser Dienstanweisung (das heißt Sponsoringleistungen und Spenden sowie Werbung) einzutragen.

Einzutragen sind diese Zuwendungen, ab folgenden Wertgrenzen je Einzelfall

bzw. jährlich bei wiederholten Zuwendungen:

- Sponsoring und Werbung
jederzeit ohne Wertgrenze
- Spenden ab 200,- Euro
als Einzelerfassung
- Spenden unterhalb 200,- Euro werden in einer Gesamtsumme unter dem Stichwort „Kleinspenden“
für den Berichtszeitraum zusammengefasst und dargestellt

Die jeweilige Eintragung –ausgenommen sind die Kleinspenden- erfolgt nach der folgenden Maßgabe:

- a) Meldende Stelle
- b) Datum der Meldung
- c) Aktenzeichen des Vorgangs der meldenden Stelle
- d) Name und Anschrift der Zuwendenden
- e) Art der gewährten Zuwendung
- f) Umfang der gewährten Zuwendung
- g) Zweck der gewährten Zuwendung
- h) Gegenleistung der Stadt Mülheim an der Ruhr (beim Sponsoring)
- i) Zeitpunkt der Annahme der Zuwendung beziehungsweise Zeitpunkt des Abschlusses des Vertrags
- j) Zeitpunkt der Vereinnahmung der Zuwendung mit Angabe der haushalterischen Buchungsstelle
- k) Bestätigungsvermerk, dass die Zuwendungsgeber im Hinblick auf die Verarbeitung personenbezogener Daten sowie Aufnahme der Daten in das Zuwendungsregister und über die Berichterstattung im Rechnungsprüfungsausschuss informiert wurden und der Fachbereich dies entsprechend dokumentiert hat.

Kleinspenden sind in einer Gesamtsumme für den kompletten Berichtszeitraum zu erfassen. Neben der Gesamtsumme ist auch die Gesamtanzahl der Einzelspenden aufzuführen, soweit dies möglich ist. Für eventuelle unterjährige statistische Ermittlungen und Auswertungen hält jeder Fachbereich eine aktuelle Liste bereit.

**Richtlinien für Spenden, Sponsoring und Werbung
der Stadt Mülheim an der Ruhr
vom 26.07.2011**

in der Fassung vom 01.06.2022

Die Fachbereiche erfassen zeitnah, das heißt nach Abschluss der Sponsoring- bzw. Werbevereinbarung oder nach Spendeneingang den Fall in einer eigens dafür vorgesehenen und von Amt 11 zur Verfügung zu stellenden Liste, damit jederzeit eine aktuelle Auswertung des Registers erfolgen kann.

Die Fachbereiche informieren Amt 11 bis spätestens zum 31.01. eines jeden Jahres darüber, wenn alle Eintragungen des Vorjahres erfolgt und vollständig sind, damit Amt 11 die Berichte für den Oberbürgermeister/ die Oberbürgermeisterin, das Amt 14 und den Rechnungsprüfungsausschuss erstellen kann.

Bei der Verarbeitung personenbezogener Daten im Zusammenhang mit Zuwendungen Dritter sind die datenschutzrechtlichen Bestimmungen zu beachten. Die privaten Zuwendenden sind von der den Zuwendungsvorgang bearbeitenden Stelle aktenkundig darüber zu informieren, dass zum Zwecke der ordnungsgemäßen Zuwendungsbearbeitung, zur Korruptionsprävention und zur Gewährleistung der Objektivität und Neutralität der öffentlichen Verwaltung die erforderlichen personenbezogenen Daten erhoben, verarbeitet und verwaltungsintern an das Zuwendungsregister übermittelt und dort gespeichert werden.

Soweit Zuwendende den ausdrücklichen Wunsch nach Anonymität ihrer Person geäußert und davon ihre zulässige Zuwendung abhängig gemacht haben, ist durch die Leitung des beziehungsweise der von der Zuwendung begünstigten Amtes, Eigenbetriebes oder eigenbetriebsähnlichen Einrichtung der Zuwendende unter Buchstabe d) als "anonym" zu melden. Der Wunsch nach Anonymität und die Gründe hierfür sind in den Akten der zuständigen Stelle zu vermerken.

Die registerführende Stelle legt das aktuelle Zuwendungsregister jährlich im ersten Quartal des auf das Berichtsjahr folgenden Jahres dem Oberbürgermeister/ der Oberbürgermeisterin der Stadt Mülheim an der Ruhr und dem Rechnungsprüfungsamt vor.

Berichtsjahr ist das Haushaltsjahr.

Die gesetzlich geregelten Informationsansprüche Dritter bleiben unberührt.

VII. Berichtswesen

Über die angenommenen Zuwendungen wird jährlich durch Amt 11 ein zusammenfassender Bericht für den Rechnungsprüfungsausschuss erstellt und im zweiten Quartal des auf das Berichtsjahr folgenden Jahres vorgelegt.

Berichtsjahr ist das Haushaltsjahr.

**Richtlinien für Spenden, Sponsoring und Werbung
der Stadt Mülheim an der Ruhr
vom 26.07.2011**

in der Fassung vom 01.06.2022

Die Zuwendenden sind durch den jeweiligen Fachbereich, der für die Zuwendung federführend war, darauf hinzuweisen, dass für den Rechnungsprüfungsausschuss ein zusammenfassender Zuwendungsbericht erstellt wird.

Dies ist entsprechend vom Fachbereich in den Akten zu dokumentieren.

VIII. Zulässigkeit von Werbung

Für Werbung gelten die Ziffern III bis VII dieser Richtlinien entsprechend, jedoch mit folgender Maßgabe:

Abweichend von Ziffer III. ist im Bereich der hoheitlichen Verwaltungsaufgaben Werbung zulässig, es sei denn, es könnte der Anschein entstehen, Verwaltungshandeln könnte durch die Werbeleistungen beeinflusst werden. Abweichend von Ziffer IV.2 ist unter Punkt "Keine Ausschließlichkeit" der letzte Halbsatz ("wenn diese keine direkten Wettbewerben der Sponsoren sind") nicht anzuwenden.

Abweichend von Ziffer IV.2 ist der Punkt "Zusatzkosten" bei der Vertragsgestaltung nicht zu berücksichtigen.

IX. Spenden

Das Spenden ist mit oder ohne Zweckbestimmung möglich. Eine Gegenleistung für Spenden erfolgt durch die Stadt Mülheim an der Ruhr nicht. Sollen die Spenden einem bestimmten oder einer konkreten Mehrzahl von Beschäftigten zugutekommen, sind die Grundsätze der Stadt Mülheim an der Ruhr zu "Korruptionsprävention, Korruptionsbekämpfung" zu beachten.

Einzelspenden werden ab einem Wert von 200 Euro mit allen festgelegten Angaben im Zuwendungsregister erfasst.

Einzelspenden mit einem Wert von jeweils unter 200 Euro von verschiedenen Spendenden werden im Zuwendungsregister als Kleinspende in einer Gesamtsumme zusammengefasst. Eine detaillierte Darstellung der Daten der Zuwendungsgebenden erfolgt nicht. Der jeweilige Fachbereich hält jedoch –soweit dies bei der Art dieser Spenden möglich ist- eine Übersicht aller Spendenden und deren Spendenbeitrag für Prüfzwecke vor.

Spendende erhalten auf Wunsch eine Spendenbescheinigung (Muster siehe Anlage). Diese erstellt der Fachbereich, welcher die Spende vereinnahmt hat. Eine schriftliche Vereinbarung, wie bei Sponsoring und Werbung, erfolgt für Spenden nicht.

**Richtlinien für Spenden, Sponsoring und Werbung
der Stadt Mülheim an der Ruhr
vom 26.07.2011**

in der Fassung vom 01.06.2022

Marc Buchholz

Oberbürgermeister der Stadt Mülheim an der Ruhr

[1] Mit "kommunikativer Nutzung" ist vereinfacht die Übermittlung von Botschaften der Sponsoren durch geeignete Mittel (Plakate, Banner, Titel und so weiter) gemeint.

[2] Hinweis: Es obliegt den einzelnen Mitarbeitenden, die über die Zulässigkeit der einzelnen Sponsoringmaßnahmen entscheiden, ob ein Anschein zu befürchten ist oder nicht. Sofern die Entscheidungen transparent und sachlich nachvollziehbar dokumentiert sind, wird der Anschein in der Regel nicht entstehen können.