

# Richtlinien der Stadt Mülheim an der Ruhr für Spenden, Sponsoring und Werbung im Zusammenhang mit kommunalen Nutzungen oder Veranstaltungen

## I. Anwendungsbereich

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.

## 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. Dem Sponsor kommt es auf seine Profilierung in der Öffentlichkeit über das gesponserte Produkt an (Imagegewinn, Kommunikative Nutzung<sup>1</sup>). 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 eines eindeutig identifizierbaren Auftraggebers durch den Einsatz bezahlter Medien, wodurch der Werbende eine von ihm definierte Zielgruppe zur Förderung unternehmerischer Zwecke zu erreichen und zu beeinflussen sucht (Beispiele: Verkauf von Anzeigen in Informationsbroschüren, Vermietung von Werbeflächen usw.).

**„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 (Mäzen), die ausschließlich uneigennützige Ziele verfolgen und denen es nur um die

---

<sup>1</sup> Mit „kommunikativer Nutzung“ ist vereinfacht die Übermittlung von Botschaften des Sponsors durch geeignete Mittel (Plakate, Banner, Titel etc.) gemeint.

Förderung des jeweiligen öffentlichen Zweckes geht. Der Mäzen handelt aus selbstlosen Motiven und wünscht in der Regel keine Öffentlichkeitswirkung.

**„Private“/„Zuwender“** 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“/„Zuwender“ im Sinne dieser Richtlinien.

### **III. Zulässigkeit von Sponsoring**

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

- Im Bereich der hoheitlichen Verwaltungsaufgaben ist Sponsoring grds. nicht zulässig.
- Sponsoring ist außerdem ausgeschlossen, wenn der Anschein entstehen könnte, Verwaltungshandeln könnte durch die Sponsoringleistungen beeinflusst werden.<sup>2</sup>
- Im Zusammenhang mit Sponsoring dürfen keine Zusatzaufgaben entstehen, die dem Haushalt und den haushaltsrechtliche Vorschriften zuwiderlaufen. Sponsoring muss mit dem Verwaltungszweck vereinbar sein.
- Soweit die Stadt in dem gesponserten Bereich eine marktbeherrschende Stellung innehat, sind mehrere potentielle Zuwender 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.

---

<sup>2</sup> Hinweis: Es obliegt dem einzelnen Mitarbeiter, der über die Zulässigkeit der einzelnen Sponsoringmaßnahmen entscheidet, 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.

- Sollen die Sponsoringleistungen einem bestimmten oder einer konkreten Mehrzahl von Beschäftigten zugute kommen, sind die Grundsätze der Stadt Mülheim an der Ruhr zu „Korruptionsprävention, Korruptionsbekämpfung“ ([www.stadt-mh.de/cms/9e03cc531ac95e519217c7fad5dfeefe](http://www.stadt-mh.de/cms/9e03cc531ac95e519217c7fad5dfeefe)) zu beachten.

#### **IV. Abschluss von Sponsoringverträgen**

Zur Förderung von Transparenz und zur Kontrolle der Sponsoringentscheidungen ist jede Vereinbarung über eine Sponsoringleistung in einem schriftlichen Vertrag festzuhalten, der insbesondere Art und Umfang der Leistungen des Sponsors und des Empfängers 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.

##### **2. Vertragsgestaltung**

Zur Erreichung größtmöglicher Transparenz und Offenheit auch im Verhältnis zum Vertragspartner sind Sponsoringverträge schriftlich abzuschließen, sofern der gesponserte Betrag oder der Wert der Sach- oder Dienstleistung 1.000 EUR 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 dem Sponsor keine Zugeständnisse gemacht werden, die ihm 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 den Sponsor.

- **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 Wettbewerber des Sponsors sind.

- **Zusatzkosten**

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

## **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,- EUR überschreitet. Bei Unsicherheiten über die rechtliche Zulässigkeit oder die steuerlichen Wirkungen des Sponsorings sind frühzeitig die für die jeweiligen Fragen zuständigen Fachämter (Beauftragter für Korruptionsprävention, Rechtsamt und Amt 24) zu kontaktieren. Dem Beauftragten für Korruptionsprävention sind die Verträge ebenfalls zur Kenntnis vorzulegen.

### **2. Haushaltmäßige Behandlung der Sponsoringleistung**

Die buchhalterische Abwicklung wird im Leitfaden "Buchungsgeschäft" des Amtes 24 (Ziffer 3) und im Kontierungshandbuch des Amtes 24 (Seite 89) geregelt. Beim Erhalt von Sachleistungen ist das Amt 24, zentrale Finanzbuchhaltung, immer direkt zu informieren. Die passive Rechnungsabgrenzung (Leistungserbringung im Folgejahr oder später) ist im Rahmen des Jahresabschlusses zu prüfen.

Mehrerträge dürfen innerhalb eines Jahres gemäß § 21 Abs. 2 GemHVO (unechte Deckungsfähigkeit) für entsprechende Mehraufwendungen verwendet werden. Sollten nicht verbrauchte Erträge aufgrund von Wertgrenzen im Jahresabschluss nicht abgegrenzt werden, wird eine Übertragung der Aufwandsermächtigung gem. § 22 GemHVO vorgenommen.

Die haushaltsrechtlichen Vorschriften sind in jedem Fall zu beachten.

### 3. **Steuerliche Behandlung des Sponsorings**

Näheres regelt die Anlage zu Punkt V 3 dieser Richtlinien.

## **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 der Beauftragte für Korruptionsprävention.

In das Zuwendungsregister sind alle Zuwendungen im Sinne der Ziffer II. dieser Dienstanweisung (d.h. Sponsoringleistungen und Spenden) nach folgender Maßgabe einzutragen:

- a) Meldende Stelle
- b) Datum der Meldung
- c) Aktenzeichen des Vorgangs der meldenden Stelle
- d) Name und Anschrift des Zuwenders
- 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 bzw. Zeitpunkt des Abschlusses des Vertrags
- j) Zeitpunkt der Vereinnahmung der Zuwendung mit Angabe der haushalterischen Buchungsstelle

Bei der Verarbeitung personenbezogener Daten im Zusammenhang mit Zuwendungen Dritter sind die datenschutzrechtlichen Bestimmungen zu beachten. Die privaten Zuwender 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 ein Zuwendender den ausdrücklichen Wunsch nach Anonymität seiner Person geäußert und davon seine zulässige Zuwendung abhängig gemacht hat, ist durch die Leitung des bzw. der von der Zuwendung begünstigten Amtes, Eigenbetriebes oder eigenbetriebsähnlichen Einrichtung der Zuwender 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 halbjährlich der Oberbürgermeisterin / dem Oberbürgermeister der Stadt Mülheim an der Ruhr und dem Rechnungsprüfungsamt vor.

Die gesetzlich geregelten Informationsansprüche Dritter bleiben unberührt.

## **VII. Berichtswesen**

Über die angenommenen Zuwendungen wird jährlich, erstmals für das Jahr 2011, durch den Beauftragten für Korruptionsprävention ein zusammenfassender Bericht für den Rechnungsprüfungsausschuss erstellt.

Der Zuwender ist darauf hinzuweisen, dass für den Rechnungsprüfungsausschuss ein zusammenfassender Zuwendungsbericht erstellt wird.

## **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 Wettbewerber des Sponsors sind“) nicht anzuwenden.

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

Abweichend von Ziffer VI. sind Werbeverträge erst ab einem Vertragsvolumen von mehr als 1.000 EUR in das Zuwendungsregister einzutragen.

Mülheim, den

---

Dagmar Mühlenfeld  
Oberbürgermeisterin der  
Stadt Mülheim an der Ruhr