

**Allgemeine Rundverfügung
Nr. 203
des LVR-Dezernates
Personal und Organisation**

**zum Umgang mit Sponsoring
und anderen Zuwendungen
Dritter
(2. Fassung)**

Inhaltsverzeichnis

1	Begriffsbestimmung und Abgrenzung	4
2	Geltungsbereich	5
3	Grundsätze.....	5
4	Verfahren.....	7
5	Schlussbestimmung.....	11

Vorbemerkungen

In Zeiten knapper Finanzmittel kommt dem Sponsoring in vielen Bereichen der öffentlichen Verwaltung eine immer stärkere Bedeutung zu. Durch Sponsoring können Qualität und Quantität der Einrichtungen und Leistungen des Landschaftsverbandes Rheinland (LVR) erhalten oder verbessert werden.

Sponsoring und vergleichbare Initiativen werden vom Verwaltungsvorstand begrüßt, wenn sie den Aufgaben und Zielen des LVR zu Gute kommen, gleichzeitig eine Beeinflussung der Verwaltung bei ihrer Aufgabenwahrnehmung ausgeschlossen werden kann und auch kein Anschein einer solchen Beeinflussung entsteht. Sponsoringaktivitäten beim LVR müssen mit seinen Aufgaben und Zielen in Einklang stehen sowie seinem selbstverfassten Leitbild entsprechen. Der LVR versteht sich als Dienstleister für die Bürgerinnen und Bürger im Rheinland und ist dem Gemeinwohl verpflichtet. Insbesondere richtet er die Erledigung seiner Aufgaben an dem Bedürfnis nach einer gleichberechtigten Teilhabe aller Menschen am gesellschaftlichen Leben aus.

Öffentliche Aufgaben sind grundsätzlich durch Haushaltsmittel zu finanzieren. Sponsoring kommt daher nur ergänzend in Betracht, z. B. in den Bereichen:

- Soziales
- Kultur
- Gesundheit
- Umweltschutz
- Sport
- Schulen
- bei repräsentativen Veranstaltungen des LVR

Dabei ist aus Gründen der Korruptionsprävention und -bekämpfung sicherzustellen, dass durch Sponsoringmaßnahmen eine Beeinflussung der Verwaltung bei ihrer Aufgabenwahrnehmung auszuschließen ist und auch kein Anschein einer solchen Beeinflussung entsteht.

Medienberichte der Vergangenheit zu diversen Vorgängen sowohl im privatwirtschaftlichen als auch im öffentlich-rechtlichen Bereich machen deutlich, dass im Rahmen des Sponsorings strikte Neutralität und die vollständige Transparenz des Umfangs sowie der Art und Weise des Sponsorings zu gewährleisten sind.

Sponsoringmaßnahmen müssen dem Willen des Haushaltsgesetzgebers entsprechen. Sind im Haushaltsplan aus anderen als finanziellen Gründen für einen bestimmten Zweck keine oder nur begrenzte Aufwendungen vorgesehen, dann darf diese politische Entscheidung nicht durch etwaige Sponsoringmaßnahmen konkretisiert werden.

So ist zum einen sicherzustellen, dass Leistungen der Verwaltung nicht von Sponsoringmaßnahmen abhängig gemacht werden, wenn die Leistungen der Verwaltung zu ihrem gesetzlichen Aufgabenbereich gehören, auf die ein Anspruch besteht.

Daneben muss gewährleistet sein, dass durch die Annahme einer Sponsoringleistung keine Bindungen hinsichtlich künftiger Verwaltungsentscheidungen ent-

stehen, beispielsweise von Beschaffungen, bei denen ein öffentlicher Wettbewerb faktisch eingeschränkt oder ausgeschlossen wäre.

Die Grenzen des Zulässigen sind jedenfalls immer dann erreicht, wenn die Entscheidungsfreiheit der Verwaltung bei ihrer Aufgabenerledigung durch die Sponsorenleistung gefährdet wird. Im Zusammenhang mit Sponsoring darf schon nicht der Anschein einer Käuflichkeit von Verwaltungsentscheidungen entstehen. Hervorzuheben ist, dass zwischen rechtmäßigem Sponsoring und einer strafrechtsrelevanten Vorteilsannahme nur ein schmaler Grat besteht. Daher sind eine strikte Abgrenzung und ein dementsprechendes Bewusstsein zwingend geboten. Finanzielle Zuwendungen als „Kleines Dankeschön“ oder auch lediglich zum Zwecke der „Klimapflege“ für bereits getroffene oder noch ausstehende Verwaltungsentscheidungen sind inakzeptabel und strafbar.

Die nachfolgenden Regelungen sollen sicherstellen, dass die rechtlichen Anforderungen beim Abschluss von Sponsoringvereinbarungen des LVR gewahrt werden und den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ein verlässlicher Handlungsrahmen sowie Rechtssicherheit im Umgang mit Sponsoring an die Hand gegeben wird.

1 Begriffsbestimmung und Abgrenzung

1.1 Sponsoring ist die Zuwendung von Geld-, Sach- oder Dienstleistungen durch eine natürliche oder juristische Person (Sponsor), mit der der Sponsor eine Tätigkeit der Verwaltung mit dem Ziel fördert, dadurch selbst einen Ansehensgewinn oder sonstigen öffentlichkeitswirksamen Vorteil (werblich-kommunikative Nutzung) zu erreichen. Sponsoring ist stets ein Austausch von Leistung und Gegenleistung.

Als Sponsorenleistungen kommen beispielsweise in Betracht:

- einmalige oder regelmäßige Geldzahlungen
- Zuschüsse zum Druck von Publikationen (z.B. Festschriften, Ausstellungskataloge)
- Bereitstellung von Sachmitteln (Computer, Fahrzeuge etc.)
- Zurverfügungstellung von Preisen
- Transportleistungen
- Tagungen, Kongresse
- Bewirtung, Unterbringung

Als Gegenleistung des Sponsoringnehmers sind beispielsweise zu nennen:

- Nennung des Sponsors bzw. Darstellung seines Logos (z.B. auf Einladungskarten, Plakaten, in Katalogen oder Pressemitteilungen etc.)
- Vergabe eines Freikartenkontingents an den Sponsor
- besondere Veranstaltungen für den Sponsor (z.B. Führungen am Vorabend von Ausstellungseröffnungen für Gäste des Sponsors oder auch eigene Veranstaltungen des Sponsors in den Ausstellungsräumen)
- Ermöglichen von Werbemaßnahmen des Sponsors (z.B. Info-Tisch bei Veranstaltungen)

- 1.2** Neben dem Sponsoring kommen als weitere Zuwendungen Dritter auch Spenden und das sog. Mäzenatentum in Betracht. Das Sponsoring unterscheidet sich von der Spende (Schenkung) dadurch, dass der Spender keinen Anspruch auf eine Gegenleistung hat. Ihm kommt es vielmehr bei der Gewährung der Zuwendung darauf an, einen konkreten öffentlichen Zweck zu fördern.

Auch der Mäzen (mäzenatische Schenkungen und Spenden) macht ebenso wie der Spender seine Förderung nicht von einer Gegenleistung abhängig. Der Mäzen verfolgt ausschließlich uneigennützige Ziele und wünscht in der Regel keine Öffentlichkeitswirkung.

2 Geltungsbereich

- 2.1** Die Rundverfügung gilt für den gesamten LVR einschließlich der wie Eigenbetriebe geführten Einrichtungen.

Für die wirtschaftlichen Unternehmen des LVR wird eine entsprechende Anwendung der vorliegenden Regelungen empfohlen.

Für Spenden und sonstige Schenkungen gelten die nachfolgenden Regelungen sinngemäß.

- 2.2** Diese Rundverfügung ergänzt bestehende gesetzliche Vorschriften (vgl. etwa §§ 98, 99 SchulG NRW). Soweit bereits innerdienstliche Regelungen zum Sponsoring in Teilbereichen des LVR existieren, gelten diese uneingeschränkt fort, soweit nicht in dieser Rundverfügung ausdrücklich Abweichendes formuliert wird.

- 2.3** Im Bereich des Sponsorings wird außerdem auf die Regelungen der Allgemeinen Rundverfügung Nr. 204 zur Korruptionsprävention (Verhaltenskodex) sowie der Allgemeinen Rundverfügung Nr. 89 - Annahme von Belohnungen und Geschenken durch Angehörige des öffentlichen Dienstes - in der jeweils aktuellen Fassung verwiesen.

3 Grundsätze

Öffentliche Aufgaben sind grundsätzlich durch Haushaltsmittel zu finanzieren.

Sponsoring kommt daher nur ergänzend unter den nachfolgend genannten Grundsätzen (Ziffern 3.1 bis 3.4) in Betracht.

Sponsoring ist auch in den Fällen unzulässig, für die im Haushaltsplan aus anderen als finanziellen Gründen für einen bestimmten Zweck keine oder nur begrenzte Aufwendungen vorgesehen sind. Andernfalls würde der Wille des Haushaltsgesetzgebers durch das Sponsoring unterlaufen.

3.1. Trennungsgrundsatz

Sponsoring ist nur dann zulässig, wenn eine Beeinflussung der Verwaltung bei ihrer Aufgabenwahrnehmung auszuschließen ist und auch kein Anschein einer solchen Beeinflussung entsteht. Jeder Anschein möglicher Befangen-

heit der öffentlichen Verwaltung ist zu vermeiden. Daher dürfen Unterstützungen des Sponsors nicht in Abhängigkeit von Umsatzgeschäften mit dem Sponsoringnehmer erfolgen. Sie dürfen nicht gewährt werden, um Einfluss auf Beschaffungsentscheidungen zu nehmen. Dies ist insbesondere bei Personen zu beachten, die Beschaffungsentscheidungen zu treffen haben, von denen auch Produkte des Sponsors betroffen sein können.

Durch das Sponsoring dürfen keine Bindungen entstehen, durch die ein öffentlicher Wettbewerb eingeschränkt oder ausgeschlossen wird. Es darf nicht einmal der Eindruck entstehen, eine Beschaffungsentscheidung werde durch die Sponsorenleistung beeinflusst.

Dieser strikte Trennungsgrundsatz ist neben dem Beschaffungsbereich auch im Rahmen anderer Verwaltungstätigkeit zu beachten, nämlich überall da, wo der Anschein der Beeinflussung einer Verwaltungsentscheidung durch das Sponsoring entstehen kann (z.B. Erteilung einer Genehmigung oder Gewährung einer Leistung).

3.2 Dokumentationsgrundsatz

Jedes Sponsoring ist schriftlich zu erfassen und für Dritte nachvollziehbar zu dokumentieren. In der Anlage zu dieser Rundverfügung ist ein Sponsoringvertrag als Muster beigefügt. Dieser kann nach den Erfordernissen der jeweiligen Sponsoring-Maßnahme angepasst bzw. ergänzt werden. Entscheidend ist, dass schriftlich festgelegt wird, welche Aufgabe gefördert wird, welche Leistungen der Sponsor erbringt und welche Gegenleistung der LVR als Sponsoringnehmer übernimmt. Der Dokumentationsgrundsatz stellt sicher, dass bei einem geäußerten Verdacht eines rechtswidrigen Handelns dieser schnell und nachvollziehbar entkräftet werden kann.

3.3 Transparenzgrundsatz

Mit der Verpflichtung zur Dokumentation ist der Transparenzgrundsatz im Sponsoring eng verbunden. Sponsoring muss gegenüber der Öffentlichkeit bekannt gemacht werden. Der Umfang und die Art des Sponsoring sowie die Sponsoren sind zur Vermeidung jeden Anscheins von Parteilichkeit für jede Sponsoring-Maßnahme transparent zu machen. Rechtmäßiges Handeln des öffentlichen Dienstes verlangt, dass die Rechtmäßigkeit eines Sponsorings möglichen Prüfungsinstanzen transparent dargelegt werden kann. Die Durchschaubarkeit des Vorganges muss hinreichend sichergestellt sein.

Aus Gründen der Transparenz werden die Beziehungen zwischen den Sponsoren und dem LVR in einem jährlichen Sponsoringbericht im Internetangebot des LVR veröffentlicht (Näheres hierzu vgl. unter Ziffer 4.8).

3.4 Äquivalenzgrundsatz

Bei Sponsoringmaßnahmen müssen die Leistungen des Sponsors und des Sponsoringnehmers in einem angemessenen Verhältnis zueinander stehen. Die Angemessenheit kann nicht abstrakt festgelegt werden. Entscheidend ist, dass nicht ein gravierendes Missverhältnis besteht, das dann den An-

schein für eine mögliche Beeinflussung der Verwaltung bei ihrer Aufgabewahrnehmung darstellen könnte.

4 Verfahren

Zur Einhaltung der unter Ziffer 3 genannten Grundsätze, die für die Beurteilung der Rechtmäßigkeit von Sponsoringmaßnahmen von maßgeblicher Bedeutung sind, ist folgendes Verwaltungsverfahren einzuhalten:

- 4.1 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des LVR, an die Sponsoringangebote herangetragen werden, haben je nach Höhe des Sponsoringwertes ihre LVR-Dezernats- bzw. Fachbereichs-/Außendienststellenleitung bzw. die Leitung der wie Eigenbetriebe geführten Einrichtung darüber schriftlich zu unterrichten (siehe Ziffer 4.5).
- 4.2 Bei der Auswahl von Sponsoren muss die Wettbewerbs- und Chancengleichheit potentieller anderer Sponsoren gewahrt werden. Bei einer Ansprache durch den LVR ist eine möglichst breite Streuung unter potenziellen Interessenten anzustreben. Grundsätzlich besteht kein Anspruch auf Ausschließlichkeit eines Sponsors bei der gesponserten Maßnahme. Ist eine Auswahlentscheidung erforderlich, muss diese auf sachgerechten und nachvollziehbaren Erwägungen beruhen. Andere potentielle Sponsoren dürfen auf Dauer nicht ausgeschlossen werden.
- 4.3 Jede Sponsoringvereinbarung ist schriftlich zu dokumentieren; vgl. oben Ziffer 3.2 sowie den Mustervertrag in der **Anlage 1** der vorliegenden Rundverfügung, der im Intranet als Word-Datei abrufbar ist (Der Mustervertrag dient nur der groben Orientierung. Aufgrund der Vielschichtigkeit der Sponsoringmaßnahmen können keine individuellen Regelungen vorgegeben werden. Notwendiger Mindestinhalt sollte sein: Geförderte Maßnahme, Leistung des Sponsors, Gegenleistung des LVR, Hinweis auf Veröffentlichung im Sponsoringbericht).
- 4.4 Im Hinblick auf die Sponsorenleistung dürfen keine Vorteile zugesagt oder in Aussicht gestellt werden und keine Nebenabreden getroffen werden, die über das schriftlich Festgelegte hinausgehen.
Bei Sponsoringvereinbarungen zwischen Fördervereinen von Einrichtungen des LVR mit Sponsoren ist sicherzustellen, dass insbesondere bei der Vereinbarung der Gegenleistung, die regelmäßig vom LVR selbst oder seiner Einrichtung erbracht wird, diese auch tatsächlich erbracht werden kann.
- 4.5 Für den Abschluss einer Sponsoringvereinbarung ist vorab die schriftliche Zustimmung der LVR-Direktorin bzw. des -Direktors einzuholen. Diese Zustimmung wird entsprechend den nachfolgenden Wertgrenzen delegiert:

Bei Sponsoringverträgen

- bis zu einem Wert von 10.000,- EUR entscheidet die jeweilige LVR-Fachbereichs-/Außendienststellenleitung

- bis zu einem Wert von 25.000,- EUR entscheidet die jeweilige LVR-Dezernatsleitung bzw. die Leitung der wie Eigenbetriebe geführten Einrichtungen
- über einem Wert von 25.000,- EUR entscheidet die LVR-Direktorin bzw. der -Direktor

4.6 Sämtliche Leistungen aus Sponsoringmaßnahmen sind sowohl aus haushaltsrechtlichen wie auch aus steuerrechtlichen Gründen über den Haushalt des LVR bzw. die Wirtschaftspläne der Einrichtungen abzuwickeln. Sofern Sponsorenleistungen in Form regelmäßiger Geldzahlungen erfolgen, sind diese bereits bei der Haushaltsplanung zu berücksichtigen.

Soweit die Sponsoringleistung durch eine Geldleistung erfolgt, ist diese ausschließlich auf ein Konto des LVR (oder auf das seiner Einrichtung) unter Angabe des Kassenzeichens (sofern dies bereits vergeben wurde) bzw. der Geschäftspartnernummer und des Verwendungszwecks („Sponsoring für...“) einzuzahlen; vgl. Ziffer 6 des Mustervertrages. Die Sponsoringleistung ist im SAP-System zu buchen (Geschäftsbereich u. Steuerschlüssel). Die Entgegennahme eines Geldbetrages in bar als Sponsoringleistung ist unzulässig.

Wenn die Sponsoringleistung durch eine Sachzuwendung erfolgt, die Folgekosten verursacht, bedarf es, soweit die Mittel aus dem Haushalt finanziert werden sollen, grundsätzlich einer vorherigen Zustimmung durch den LVR - Fachbereich Finanzmanagement und der ggf. sonstigen betroffenen LVR - Fachbereiche, LVR-Außendienststellen bzw. wie Eigenbetriebe geführten Einrichtungen (z.B. LVR-InfoKom bei der Zuwendung eines Computers). Sofern die Folgekostenfinanzierung über die Wirtschaftspläne der LVR-Kliniken erfolgen soll, ist die Zustimmung des LVR-Fachbereiches 83 (Wirtschaftliche Steuerung des Klinikverbundes und der Heilpädagogischen Hilfen) einzuholen.

Die entsprechenden Anträge sind auf dem Dienstweg an den LVR-Fachbereich Finanzmanagement zu richten.

Alle Sachzuwendungen im Rahmen von Sponsoringvereinbarungen sind umgehend zu inventarisieren bzw. buchmäßig zu erfassen, um das Eigentum des LVR zu dokumentieren. Die Annahme dieser Sachzuwendung begründet jedoch keinen Anspruch auf eine Ersatzbeschaffung.

4.7 Zuwendungen bzw. Einnahmen aus Sponsorenverträgen können Steuerpflichtigen in den verschiedensten Steuerarten begründen (Körperschafts-, Gewerbe- und Umsatzsteuer).

Der sog. „Sponsoring-Erlass“ vom 18.02.1998 (Schreiben des Bundesministers für Finanzen, BStBl.1998 Teil I, Nr. 4, Seite 212) führt hierzu aus: *„Die im Zusammenhang mit dem Sponsoring erhaltenen Leistungen können, wenn der Empfänger eine steuerbegünstigte Körperschaft ist, steuerfreie Einnahmen im ideellen Bereich, steuerfreie Einnahmen aus der Vermögensverwaltung oder steuerpflichtige Einnahmen eines wirtschaftlichen Geschäftsbetriebes sein.*

Für die Abgrenzung gelten die allgemeinen Grundsätze.“

Direkte bzw. unmittelbare Wirkung entfaltet dieser Erlass auf die durch die Finanzverwaltung anerkannten steuerbegünstigten Betriebe gewerblicher Art (zurzeit alle LVR-Museen und analoge Behandlung bei den LVR-Kliniken und den LVR-HPH-Netzen).

Nicht alle Einrichtungen des LVR sind begrifflich gemeinnützig, können aber im Rahmen ihrer ggf. gesetzlich bzw. durch die Landschaftsverbandsordnung zugewiesenen Aufgaben (hoheitliche) steuerbegünstigte Zwecke verfolgen.

Nach fachlichen Verlautbarungen ist es unumstritten, dass die im Erlass getroffenen Regelungen auch auf den Hoheitsbereich übertragbar sind, soweit es sich um steuerbegünstigte Zwecke handelt. Was bei den gemeinnützigen Betrieben gewerblicher Art der ideelle Bereich ist, entspricht hier (z.B. LVR-Förderschulen) dem Hoheitsbereich. Was bei den steuerbegünstigten Körperschaften unter steuerpflichtigem, wirtschaftlichem Geschäftsbetrieb geführt wird, begründet im übrigen Bereich des LVR einen Betrieb gewerblicher Art.

Zusammenfassend lassen sich die steuerrechtlichen Regelungen der Sponsorenleistungen für die verschiedenen Bereiche des LVR wie folgt skizzenhaft darstellen:

Steuerbegünstigte Betriebe gewerblicher Art (z.B. LVR-Museen, LVR-Kliniken, LVR-HPH-Netze)

Ideeller Bereich	Vermögensverwaltung	Wirtschaftlicher Geschäftsbetrieb
Steuerfrei	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Körperschaft- und Gewerbesteuerfrei ▪ Umsatzsteuerpflichtig 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Körperschaft- und Gewerbesteuerpflichtig ▪ (30.678 Euro Grenze prüfen), ▪ Umsatzsteuerpflichtig

Sonstige Einrichtungen des LVR (z.B. LVR-Förderschulen)

Hoheitsbereich	Vermögensverwaltung	Betrieb gewerblicher Art
Steuerfrei	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Körperschaft- und Gewerbesteuerfrei ▪ nicht umsatzsteuerbar 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Körperschaft- und gewerbesteuerpflichtig ▪ (wenn Einnahmen nachhaltig über 30.678 Euro liegen) ▪ Umsatzsteuerpflichtig

Weitere Einzelheiten und ausführliche Informationen zum Thema der steuerlichen Behandlung von Sponsoringverträgen sind im Intranet des LVR unter Regelungen/Finanzen/Steuerverpflichtungen/12.Sponsoring zu finden.

Bei bestehender Umsatzsteuerpflicht sind Rechnungen vom LVR zu erstellen, die den Formvorschriften des § 14 Abs. 4 Umsatzsteuergesetz entsprechen.

Aus den zuvor genannten Punkten bedarf es vor Abschluss von Sponsoringverträgen einer Abstimmung mit dem LVR-Fachbereich Finanzmanagement / Steuerstelle.

- 4.8** Alle erzielten Sponsoringleistungen des LVR sind der LVR-Direktorin bzw. dem -Direktor gegenüber anzuzeigen. Dazu werden alle Sponsoringleistungen in einem jährlichen Sponsoringbericht zusammengestellt.

Hierzu führen alle LVR-Fachbereiche, LVR-Außendienststellen und wie Eigenbetriebe geführten Einrichtungen für ihren jeweiligen Geschäftsbereich alle Sponsoringleistungen jährlich in einer Liste auf.

Zur weiteren Aufbereitung der Angaben ist diese Aufstellung als Excel-Datei konzipiert, die als Anlage dieser Rundverfügung im Intranet abrufbar ist (**Anlage 2a**).

In einer weiteren Anlage dieser Rundverfügung werden grundsätzliche Hinweise zum Ausfüllen des Formulars gegeben (**Anlage 2b**), um eine durchgängige einheitliche Verwendung bzw. Eintragung sicherzustellen. Dazu werden in einem Musterblatt beispielhaft auch einzelne Sponsoringaktivitäten benannt (**Anlage 2c**).

Erfasst werden nur solche Sponsoringaktivitäten, bei denen der LVR unmittelbar Sponsoringnehmer ist; das bedeutet im Umkehrschluss, dass z.B. Sponsoringvereinbarungen, die von Fördervereinen von LVR-Förderschulen oder Fördervereinen von LVR-Museen abgeschlossen werden, unberücksichtigt bleiben und nicht in den Listen aufgeführt werden. Gleiches gilt für Seminar- bzw. Kongressteilnahmen einzelner LVR-Mitarbeiterinnen bzw. -mitarbeiter, die von Sponsoren finanziell gefördert werden (z.B. im Bereich des LVR - Dezernates 8).

Die ausgefüllten Listen werden jährlich über die jeweiligen Geschäftsleitungen der LVR-Dezernate auf elektronischem Wege (als Excel-Datei) und in Papierform der Abteilung Innenrevision, 14.30, bis zum 31.01. des Folgejahres zur Verfügung gestellt.

Sollten keine Sponsoringaktivitäten im Berichtszeitraum (Vorjahr) vorgelegen haben, ist eine entsprechende Fehlanzeige erforderlich.

Die Abteilung Innenrevision fasst alle eingehenden Meldungen in einem Sponsoringbericht zusammen und leitet diesen an die LVR-Direktorin bzw. den -Direktor weiter.

Nach entsprechender Genehmigung erfolgt eine Veröffentlichung des Sponsoringberichtes.

5 Schlussbestimmung

Diese Rundverfügung tritt mit sofortiger Wirkung in Kraft. Gleichzeitig wird die Fassung vom 17.08.2007, Az. 14.30/J-030-02, aufgehoben.

Köln, 24.11.2010
Az. 14.30/J-1686/2010

Die Direktorin
des Landschaftsverbandes
Rheinland

L u b e k

Entwurf
Mustervertrag

Zwischen

- im Folgenden Sponsor genannt -

und

dem Landschaftsverband Rheinland,
vertreten durch die Direktorin des Landschaftsverbandes Rheinland,

- im Folgenden Sponsoringnehmer genannt -

wird nachstehende Sponsoringvereinbarung geschlossen:

Präambel

Für den Sponsoringnehmer findet die Allgemeine Rundverfügung Nr. 203 des Dezernates Personal und Organisation zum Umgang mit Sponsoring und anderen Zuwendungen Dritter Anwendung.

Diese Rundverfügung regelt die Zuwendung von Geld-, Sach- oder Dienstleistungen durch Private, insbesondere Unternehmen (Sponsoren) an den Sponsoringnehmer, mit der der Sponsor diesen bei der Erfüllung seiner Aufgaben fördert, zugleich aber auch das Ziel verfolgt, für sich zu werben bzw. einen öffentlichkeitswirksamen Vorteil zu erreichen (Sponsoring).

Aufgaben im Sinne dieser Rundverfügung sind solche, die dem Sponsoringnehmer durch Gesetz zugewiesen sind, sowie Tätigkeiten im Rahmen seiner Eigendarstellung.

1. Verwendungszweck / Laufzeit / Kündigung

Diese Sponsoringvereinbarung wird für folgende Maßnahme (Veranstaltung etc.) geschlossen (ggf. zeitliche Befristung):

.....

Das Recht zur außerordentlichen Kündigung der Vereinbarung aus wichtigem Grund bleibt unberührt.

Für den Fall einer Kündigung verzichten beide Seiten auf Rückforderungen für bereits gewährte Leistungen.

2. Leistungen des Sponsors

Der Sponsor verpflichtet sich:

.....
.....
.....
.....

Soweit die Leistungen umsatzsteuerpflichtig sein sollten, wird der Sponsor die jeweils fällig werdende gesetzliche Mehrwertsteuer zusätzlich übernehmen. Auf die Einrede der Verjährung (incl. Zinsen) wird verzichtet. (Steht bereits fest, dass die Leistungen umsatzsteuerpflichtig sind, sollte der zutreffende Steuersatz von 7 bzw. 19 % im Vertrag bereits ausgewiesen werden. Zur Klärung - vgl. Ziffer 4.7 der Rundverfügung zum Sponsoring - ist der LVR-FB Finanzmanagement/Steuern einzuschalten.)

3. Leistungen des Sponsoringnehmers

Der Sponsoringnehmer verpflichtet sich, dem Sponsor zu ermöglichen, die Tatsache der Zuwendung in folgender Weise zur Öffentlichkeitsarbeit werbewirksam sowie zur Imagepflege nutzen zu können.

.....
.....
.....
.....

4. Transparenz / Sponsoringbericht

Der Sponsor ist damit einverstanden, dass im Folgejahr der Sponsoringmaßnahme sein Name, die jeweilige Art der Sponsoringleistung (Geld-, Sach- oder Dienstleistung), ihr Wert in Euro und der konkrete Verwendungszweck durch den Landschaftsverband Rheinland in einem Sponsoringbericht aus Gründen der Transparenz veröffentlicht wird.

5. Haftung / Haftungsfreistellung (bei Überlassung von Sachmitteln)

Eine Haftung des Sponsoringnehmers für die durch den Sponsor zur Verfügung gestellten Sachmittel ist ausgeschlossen.

Der Sponsor stellt den Sponsoringnehmer von Haftungsschäden frei, die durch Mängel der zur Verfügung gestellten Sachmittel oder durch von diesen möglicherweise ausgehenden Gefahren verursacht werden.

6. Zahlungsfrist / Zahlungen

Für die nach Ziffer 2 vereinbarten Geldleistungen wird folgende Zahlungsfrist vereinbart:

.....

Sämtliche nach Ziffer 2 vereinbarten Geldleistungen sind entsprechend der vereinbarten Zahlungsfrist ausschließlich auf das Konto des Landschaftsverbandes Rheinland (oder auf das seiner Einrichtung ...) unter Angabe des Kassenzeichens (sofern dies bereits vergeben wurde) bzw. der Geschäftspartnernummer und des Verwendungszwecks (Sponsoring für...) einzuzahlen.

7. Keine Ausschließlichkeit

Der Sponsoringnehmer ist berechtigt, Verträge mit weiteren Sponsoren zu schließen.

8. Weitere Vereinbarungen

.....

.....

(Raum für spezielle Abreden unter Berücksichtigung der besonderen Anforderungen des individuellen Einsatzbereiches der jeweiligen Sponsoringvereinbarung)

9. Schriftform

Änderungen und Ergänzungen dieses Vertrages bedürfen der Schriftform. Mündliche Abreden sind nicht zulässig und daher unwirksam.

10. Schlussbestimmung

Soweit einzelne Teile dieser Vereinbarung unwirksam sein sollten oder unwirksam werden, wird die Wirksamkeit der Vereinbarung insgesamt nicht beeinträchtigt. Beide Vertragsparteien sind sich einig, dass sie in diesem Fall eine wirtschaftlich sinnvolle Ergänzung vornehmen werden, die dem Interesse der Parteien am nächsten kommt.

Datum, Ort

Datum, Ort

Landschaftsverband Rheinland

- Sponsor -

- Sponsoringnehmer -

Anlage 2b

Hinweise zu den Angaben in der Auflistung der Sponsoringleistungen

Um eine Zusammenfassung und Auswertung in einem Sponsoringbericht für den gesamten LVR vornehmen zu können, sollte eine einheitliche Verwendung bzw. Eintragung in der Auflistung Sponsoringleistungen erfolgen. Hierzu werden nachfolgende Hinweise gegeben:

Die zugrunde liegende Excel-Tabelle ist hinsichtlich der Spaltenbezeichnungen schreibgeschützt und damit nicht veränderbar.

Zu den Spalten im Einzelnen:

- **Organisationseinheit, FB, Dienststelle etc.**
Es sollte die Organisationsnummer und die jeweilige Bezeichnung eingetragen werden (z.B.: 03 LVR-Fachbereich Kommunikation, 853 LVR-Klinikum Düsseldorf, 986 LVR-Freilichtmuseum Kommern)
- **Name des Sponsors**
Hier sollte der Name des Unternehmens und der Firmensitz (ohne PLZ und Straße) eingetragen werden (z.B.: REWE AG Köln, E.ON AG Düsseldorf)
- **Wert / Gegenwert in Euro (netto)**
Hier sollte der Wert der Sponsoringleistung bewertet werden. Auch wenn es sich nicht um eine Geldleistung, sondern um eine Sach- oder Dienstleistung handelt (siehe nachfolgende Rubrik), sollte der Wert der Sponsoringleistung in jedem Falle beziffert werden. Dazu genügt auch eine grobe Schätzung. In jedem Fall ist eine Wertangabe erforderlich.
Grundsätzlich ist als Wertangabe der Betrag einzutragen, der im Sponsoringvertrag vereinbart worden ist. Hat man bei Vertragsschluss schon eine Umsatzsteuerpflicht berücksichtigt, ist lediglich der Nettobetrag einzutragen, der die eigentliche Sponsoringleistung darstellt.
- **Art der Leistung**
Hier ist zu unterscheiden zwischen Geld-, Sach- oder Dienstleistung.
Im Falle der Geldleistung erfolgt nur diese Bezeichnung.
Bei Sach- oder Dienstleistungen ist zusätzlich eine kurze Beschreibung (Stichwort) erforderlich (z.B.: Sachleistung: Bereitstellung von Fahrzeugen, Sachleistung: Catering, Dienstleistung: Gestaltung einer Website)
- **Verwendungszweck**
Es ist der Sponsoringzweck einzutragen (z.B.: Tag der Begegnung, Ausstellung, Ergänzung der Bibliothek)

In der Anlage 2c (der Rundverfügung) sind einige – fiktive - Beispiele aufgeführt.

<u>Organisationseinheit</u>	<u>Name des Sponsors</u>	<u>Wert / Gegenwert in Euro (netto)</u>	<u>Art der Leistung</u>	<u>Verwendungszweck</u>
03 Fachbereich Kommunikation	VW Nutzfahrzeuge Hannover	5.000	Geld-, Sach-, Dienstleistung (bei Sach- o. Dienstleistung zusätzlich kurze Beschreibung)	Tag der Begegnung
850 LVR-Klink Bedburg-Hau	Getränke Meier Kleve	700	Sachleistung: Erfrischungsgetränke	Sommerfest
981 LVR-LandesMuseum Bonn	Bonner Generalanzeiger Bonn	20.000	Sachleistung: Sonderbeilage zu "roots" Auflage 60.000	Ausstellung "roots"
992 LVR-RömerMuseum	Tischlein Deck Dich Buffetservice Wesel	3.200	Sach- und Dienstleistung: Catering incl. Servicepersonal	LVR-RömerMuseum Ausstellungseröffnung Marcus Caelius

Erhebung Sponsoring

<u>Organisationseinheit</u>	<u>Name des Sponsors</u>	<u>Wert / Gegenwert in Euro (netto)</u>	<u>Art der Leistung</u> Geld-, Sach-, Dienstleistung (bei Sach- o. Dienstleistung zusätzlich kurze Beschreibung)	<u>Verwendungszweck</u>