



Dezernat, Dienststelle
II/30
3011-1280/2022 Be.

Mitteilung

öffentlicher Teil

Gremium	Datum
Rechnungsprüfungsausschuss	06.12.2022
Ausschuss Schule und Weiterbildung	23.01.2023
Ausschuss Allgemeine Verwaltung und Rechtsfragen / Vergabe / Internationales	30.01.2023
Ausschuss Kunst und Kultur	31.01.2023
Jugendhilfeausschuss	31.01.2023
Sportausschuss	02.02.2023
Finanzausschuss	06.02.2023

Sponsoringrichtlinie

Grundsätzlich haben Zuwendungen privater Unternehmen für die öffentliche Verwaltungen des Bundes, der Länder und Kommunen in den letzten Jahren an Bedeutung gewonnen, vor allem aufgrund knapper Haushaltsmittel. Neben den klassischen Instrumenten wie Stiftung oder Spende ist auch das Sponsoring öffentlicher Aufgaben auf allen staatlichen Ebenen heute ein zulässiges und bedeutsames Finanzierungsmodell, das der Erhaltung und Verbesserung von Qualität und Quantität auch kommunaler Verwaltungseinrichtungen und -leistungen dienen kann.

Die öffentliche Verwaltung muss dabei jedoch jeden Anschein von fremder Einflussnahme vermeiden. Sponsorenleistungen dürfen die allgemeine Aufgabenwahrnehmung und insbesondere die Vergabe öffentlicher Aufträge nicht beeinflussen.

Die Stadt Köln hatte daher bereits seit 2001 mit den „Allgemeinen Rahmenbedingungen für Sponsoringleistungen im Bereich der Stadtverwaltung Köln (Sponsoringrichtlinie)“ verbindliche Regelungen für die Annahme einer Zuwendung normiert. Die erste Fassung vom 16.10.2001 war 2010 durch eine grundlegende Neufassung ersetzt worden. Diese wurde zuletzt 2015 in den Bereichen haushaltsmäßige und steuerliche Behandlung der Sponsoringleistung aktualisiert. Im Rahmen des Projektes Compliance unter der Federführung des Amtes für Recht, Vergabe und Versicherungen und Beteiligung des Personal- und Verwaltungsmanagements, des Rechnungsprüfungsamts und der Kämmerei ergab die Betrachtung der Regelungen, dass eine Novellierung wegen gesetzlicher Änderungen im Umsatzsteuerrecht erforderlich, aber auch im Übrigen geboten ist.

Bei der Neufassung der Sponsoring-Richtlinie steht nunmehr insbesondere die Transparenz von Sponsoring im Bereich der Stadtverwaltung im Vordergrund der Regelungen. Dem wird zum Beispiel dadurch Ausdruck verliehen, dass die Verwaltung zukünftig jährlich einen Sponsoringbericht erstellen wird und dass eine unverhandelbare Transparenzklausel in die Sponsoringverträge aufgenommen wird. Die Laufzeit von Sponsoringverträgen soll auf zwei Jahre

begrenzt werden. Darüber hinaus gibt die Richtlinie den Dienststellen einen möglichst konkreten Handlungsrahmen vor. Der besonderen Stellung der Stadtverwaltung als Teil der öffentlichen Hand folgend muss Sponsoring von Verwaltungsaufgaben besondere Bedingungen erfüllen: So haben Unabhängigkeit und Unparteilichkeit der Verwaltung immer Vorrang vor den Interessen des Sponsors.

Unter Sponsoring versteht man im Allgemeinen die Gewährung von Geld, Sachmitteln, Dienstleistungen oder Know-how durch ein Unternehmen zur Förderung von Personen, Gruppen und/oder Organisationen in sportlichen, kulturellen, kirchlichen, wissenschaftlichen, sozialen, ökologischen oder ähnlich bedeutsamen gesellschaftspolitischen Bereichen, mit der unternehmensbezogene Ziele der Werbung und der Öffentlichkeitsarbeit des Sponsors verfolgt werden (vgl. Allgemeine Verwaltungsvorschrift zur Förderung von Tätigkeiten des Bundes durch Leistungen Privater (Sponsoring, Spenden und sonstige Schenkungen) vom 11.07.2003 - https://www.verwaltungsvorschriften-im-internet.de/bsvwwbund_07072003_O463414017.htm).

Mit dem Sponsoring verfolgt der Sponsor neben werblichen Zwecken auch die Förderung des gesponserten Bereiches. Dieses unternehmerische Engagement kann die Durchführung von Verwaltungsaufgaben fördern. Dabei wird seitens der Stadtverwaltung auf vier wesentliche Grundsätze Wert gelegt:

- 1) Das Ansehen der Stadtverwaltung darf durch das Sponsoring keinen Schaden nehmen.
- 2) Unparteilichkeit und Unabhängigkeit der Verwaltung haben stets Vorrang.
- 3) Bei der Auswahl und der Durchführung der Sponsoringleistung ist vollständige Transparenz zu gewährleisten, sowohl seitens der Stadtverwaltung als auch des Sponsors.
- 4) Die Verwaltungsaufgabe steht immer im Vordergrund. Der Sponsor fördert; der Werbeeinfluss überlagert die Verwaltungsaufgabe nicht.

Eine Sponsoringleistung darf seitens der Stadtverwaltung nicht angenommen werden, sollte durch das Sponsoring der Anschein einer Beeinflussung oder Parteilichkeit entstehen. Ferner darf ein Sponsoring nicht angenommen werden, wenn durch das Sponsoring die öffentlichen Vergaberegeln umgangen würden. Unzulässig ist das Sponsoring weiterhin, sollte die Förderung ausschließlich Einzelpersonen zu Gute kommen. Ein Sponsoring im Wege der Sachleistung darf ohne Klarheit über mögliche Folgekosten nicht abgeschlossen werden.

Die Entscheidung über den Abschluss eines Sponsoringvertrages obliegt – wie bisher – in jedem Einzelfall den Dienststellen. Die Kämmerei ist vor Abschluss des Vertrages stets einzubinden, um die steuerrechtliche Bewertung vorzunehmen. Das Amt für Recht, Vergabe und Versicherungen stellt einen Mustervertrag zur Verfügung, welcher zu benutzen ist. Sollte von den Musterklauseln abgewichen werden wollen, ist dies vor Abschluss des Vertrages mit dem Amt für Recht, Vergabe und Versicherungen zu klären und entsprechend in der Verfügung zu begründen. Die Unterschriftsbefugnis – auch dies wie bisher – liegt bei den Dezernent*innen. Im Bereich Kunst und Kultur kann eine Delegation auf die Direktor*innen der Museen erfolgen.

Nach Abschluss des Sponsoringvertrages ist dieser im Vertragsmanagementsystem zu hinterlegen. Ferner erhalten das Rechnungsprüfungsamt, der/die Antikorruptionsbeauftragte sowie die Kämmerei eine Kopie des Vertrages.

Das Amt für Recht, Vergabe und Versicherungen fertigt jährlich einen Bericht über die Sponsoringleistungen des Vorjahres zur Eingabe in den öffentlichen Teil des Ausschusses Allgemeine Verwaltung und Rechtsfragen/Vergabe/Internationales und des Rechnungsprüfungsausschusses. Der Bericht enthält mindestens die Angaben über Namen der Sponsoren, die Höhe der jeweiligen Sponsoringleistung und die Beschreibung der jeweils geförderten Verwaltungsaufgabe. Somit soll die größtmögliche Transparenz gewährleistet werden.

Die Sponsoringrichtlinie gilt für die gesamte Kölner Stadtverwaltung. Sie wird nach Beratung im Verwaltungsvorstand nunmehr von der Oberbürgermeisterin in Kraft gesetzt. Ebenso wie die vorangegangenen Sponsoringrichtlinien fallen die Erarbeitung und der Erlass in den Aufgabenbereich der Verwaltung. Nach der vom Rat beschlossenen Zuständigkeitsordnung der

Stadt ist eine Gremienzuständigkeit nur für den Abschluss von Sponsoringverträgen und auch dies erst ab einer Wertgrenze von 50.000,00 EURO gegeben (§ 27 Abs. 1 Nr. 10 Zuständigkeitsordnung). Ab dieser Grenze ist der Rat für den Abschluss zuständig.

gez StKin Prof. Dr. Diemert