

**Richtlinie der Gemeinde Zeuthen zur Förderung von Tätigkeiten der Gemeinde durch Leistungen Privater (Sponsoring, Spenden und sonstige Schenkungen)
vom 15. Februar 2023**

1. Anwendungsbereich, Begriffsbestimmungen

Diese Richtlinie gilt für die Zuwendung von Geld-, Sach- oder Dienstleistungen durch Private (Sponsoren) an die Gemeinde (Gesponserter), mit der der Sponsor eine Tätigkeit der Verwaltung mit dem Ziel fördert, dadurch einen werblichen oder sonstigen öffentlichkeitswirksamen Vorteil zu erreichen (Sponsoring). Tätigkeiten im Sinne dieser Richtlinie sind solche, die die Gemeinde im Rahmen ihres öffentlichen Auftrages sowie im Rahmen ihrer Eigendarstellung erbringt.

Sponsoring liegt daher nicht vor, wenn der Private und die Gemeinde aufgrund gleichgerichteter Zielsetzungen eine angemessene Kostenteilung vereinbaren.

Die nachfolgenden Regelungen gelten für unentgeltliche Zuwendungen Privater (insbesondere Spenden und sonstige Schenkungen) an die Gemeinde sinngemäß.

2. Zweck der Richtlinie

Sponsoring trägt unterstützend dazu bei, Ziele bei der freiwilligen Aufgabenerfüllung zu erreichen und den Haushalt für Maßnahmen der Eigendarstellung zu entlasten. Gleichwohl muss die Gemeinde schon jeden Anschein fremder Einflussnahme vermeiden, um ihre Integrität und die Neutralität zu wahren. Die Gemeinde darf sich daher nur nach Maßgabe der nachfolgenden eingrenzenden Regelungen dem Sponsoring öffnen.

3. Grundsätze

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

3.1 Öffentliche Aufgaben sind grundsätzlich durch Haushaltsmittel zu finanzieren. Sponsoring kommt daher nur ergänzend unter den nachfolgend genannten Bedingungen in Betracht.

3.2 In der Eingriffsverwaltung ist Sponsoring nicht zulässig.

3.3 Sponsoring kann u.a. gezielt eingesetzt werden für:

- die Eigendarstellung der Gemeinde Zeuthen
- repräsentative Maßnahmen zur Wirtschaftsförderung
- die Gemeindebibliothek
- die Sportförderung
- die Kulturförderung

3.4 Der werbliche und sonstige öffentlichkeitswirksame Vorteil der Sponsoren soll sich vor allem auf folgende Maßnahmen beschränken:

a) Zentrale Veranstaltungen der Gemeinde in Eigenregie sowie Veranstaltungen bei denen der Bürgermeister oder seine Amtsleitungen eine Schirmherrenfunktion haben;

b) Einheitliche werbliche Verwendung von „Autoflächen“ jeweils beim Fuhrpark

- der Gemeinde
- der Freiwilligen Feuerwehr der Gemeinde

c) einheitliche werbliche Verwendung der Briefumschläge;

d) werbliche Vielfalt an und in Sporthallen und Sportplätzen der Gemeinde;

f) einheitliches Aufstellersystem bei werblicher Vielfalt auf gemeindeeigenen Grundstücken.

3.5 Bei der Bewilligung von Sponsoring sind folgende Kriterien maßgebend:

- a) Sponsoring ist gegenüber der Öffentlichkeit offen zu legen.
- b) Für die Buchung von Geldleistungen sind gesonderte Einnahmehaushaltsstellen nach der Haushaltssystematik zu bilden. Die Mittel sind in der Regel zweckgebunden.
- c) Zuwendungen des Sponsors, die keine Betriebsausgaben sind, sind als Spenden (§ 10 b EStG) zu behandeln, wenn sie zur Förderung steuerbegünstigter Zwecke freiwillig oder aufgrund einer freiwillig eingegangenen Rechtspflicht erbracht werden, kein Entgelt für eine bestimmte Leistung der Gemeinde sind und nicht in einem tatsächlichen wirtschaftlichen Zusammenhang mit deren Leistung stehen. Hierzu ist durch das zuständige Fachamt eine entsprechende Zuwendungsbescheinigung auszustellen.
- d) Jeder Einzelfall ist anhand nachvollziehbarer Kriterien zu beurteilen. Die Entscheidung trifft der Bürgermeister oder sein gesetzlicher Stellvertreter. Die Wettbewerbs- und Chancengleichheit potentieller Sponsoren muss gewahrt werden. Die Entscheidung für einen Sponsor muss objektiv und neutral getroffen werden und auf sachgerechten und nachvollziehbaren Erwägungen beruhen.
- e) Alle Sponsoringvereinbarungen sind aktenkundig zu machen. Dabei soll schriftlich festgehalten werden, welche Tätigkeit gefördert wird, welche spezifischen Leistungen der Sponsor erbringt und welche Verpflichtungen die Gemeinde übernimmt.
Als Verpflichtung der Gemeinde darf ausschließlich die Darstellung des Sponsors zugelassen werden, insbesondere die mündliche oder schriftliche Nennung des Namens, der Firma und der Marke des Sponsors sowie die Präsentation seines Logos und sonstiger Kennzeichen. Ausgeschlossen sind Vereinbarungen zur indirekten Koppelung von Leistung und Gegenleistung.
- f) Bei der Annahme von Sponsoring dürfen über den Inhalt der Absprachen hinaus, keine weiteren Verpflichtungen begründet oder Erwartungen geweckt werden.
- g) Über die Verpflichtung nach Buchstabe e) hinaus darf die Gemeinde den Sponsor und seine Erzeugnisse nicht öffentlich anpreisen.
- h) Werden Auftragnehmer der Gemeinde als Sponsoren in Betracht gezogen, ist sicher zu stellen, dass Wettbewerber in das Verfahren mit gleichen Chancen einbezogen werden. Durch die Annahme einer Sponsoringleistung dürfen keine Bindungen entstehen, durch die ein öffentlicher Wettbewerb eingeschränkt oder ausgeschlossen wird.

4 Schlussbestimmungen

Die Gemeindevertretung kann jederzeit ergänzende Regelungen treffen, insbesondere weitergehende Einschränkungen zu Sponsoring festsetzen. Der Gemeindevertretung ist in einem zweijährigen Bericht Geld-, Sach- und Dienstleistungen aus Sponsoring offen zu legen, erstmals jedoch bis zum 31. Dezember 2024. Federführend verantwortlich zeichnet hierfür das Amt für Finanzen „Kämmerei“.

5 Inkrafttreten

Die Richtlinie tritt mit Wirkung vom 01.03.2023 in Kraft.