



## Einführung einer Sponsoringsatzung

<i>Einbringer/in</i> SPD-Fraktion	<i>Datum</i> 17.05.2021
--------------------------------------	----------------------------

<i>Beratungsfolge</i>		<i>Sitzungsdatum</i>	<i>Beratung</i>
Hauptausschuss	Beratung	31.05.2021	Ö
Bürgerschaft	Beschlussfassung	14.06.2021	Ö

### **Beschlussvorschlag**

Die Bürgerschaft der Universitäts- und Hansestadt beauftragt den Oberbürgermeister, bis zur Hauptausschusssitzung am 30. August 2021 einen Entwurf einer Sponsoringsatzung für die städtischen Beteiligungsgesellschaften zur Beschlussfassung vorzulegen.

### **Sachdarstellung**

Für aktives Sponsoring gibt es bislang keine allgemeingültigen Richtlinien von Bund oder Ländern. Es wird aber für kommunale Unternehmen durch gesetzliche Vorschriften eingeschränkt. Die Sponsoringrichtlinie der Länderinnenministerkonferenz dringt darauf beim „Verwaltungssponsoring“ den „bösen Anschein“ einer Einflussnahme auf öffentliche Aufgaben zu vermeiden. Daraus ergeben sich nicht nur Prüfpflichten sondern auch eine Pflicht zu Transparenz, um Vertrauen und Glaubwürdigkeit zu sichern.

Der Bund und eine Reihe von Ländern (z.B. NRW, Niedersachsen, Brandenburg) haben das erkannt und veröffentlichen Sponsoringberichte in denen die Sponsoren, der Adressat und die Höhe der Zuwendungen veröffentlicht werden. So wie es keine Einflussnahme auf die Verwaltung geben darf, so darf es auch keine Einflussnahmen durch Sponsoring auf kommunale Unternehmen geben. Um dem vorzubeugen ist sowohl passives als auch aktives Sponsoring der kommunalen Beteiligungsunternehmen in einem jährlichen Bericht der Kommune offenzulegen. Dabei sind Geber und Empfänger sowie die Höhe der finanziellen Unterstützung zu veröffentlichen.

Weitere gesetzliche Einschränkungen des Sponsorings sind besonders für Energieunternehmen durch die Konzessionsabgabenverordnung zu berücksichtigen. § 3 Abs. 1 und 2 KAV verbieten Energieversorgungsunternehmen die unentgeltliche oder zu einem Vorzugspreis erfolgende Gewährung von Finanz- oder Sachleistungen an die Konzessionsgemeinde. Alle Leistungen, die neben die oder anstelle der Konzessionsabgabe treten, sind untersagt. Zu bedenken sind ferner Grenzen, die sich für Sponsoring bzw. Spenden durch kommunale Unternehmen aus dem (europarechtlichen) Beihilfeverbot ergeben können. Insbesondere, wenn derartige Leistungen zur Förderung von (privaten) Unternehmen erfolgen, kann

eine Verfälschung des Binnenmarktes nicht ausgeschlossen werden (vgl. insb. Art. 107 AEUV). Wird das (europarechtliche) Beihilfeverbot verletzt, etwa weil die gesetzlich bestimmten Ausnahmen nicht greifen, kann dies die Nichtigkeit des Sponsoringvertrages begründen.

Für Sponsoringleistungen (einschließlich Spenden und ähnliche Zuwendungen) ist jeweils ein maximales Budget in Abhängigkeit vom Umsatz des betreffenden Unternehmens, an dem die Kommune beteiligt ist, in Form eines noch zu bestimmenden Prozentsatzes vom Umsatz festzulegen (Potsdam 0,5%, Cottbus 0,2%). In den jeweiligen Wirtschaftsplänen der sponsernden Unternehmen sind die geplanten Budgets für Werbung und Sponsoring (einschließlich Spenden) getrennt auszuweisen. Die Feststellung des Wirtschaftsplans bedarf jeweils eines Beschlusses der Gesellschafterversammlung auf der Grundlage einer Beschlussempfehlung durch den Aufsichtsrat. Geplante Sponsoringaufwendungen sind dem Kommunalparlament detailliert mitzuteilen. Die Vergabe von Sponsoringmitteln, allenfalls unterhalb einer Bagatellgrenze, die von den Kommunen festgelegt wird, soll von der Geschäftsführung nicht mehr alleine entschieden werden können.

Beim Sponsoring ist auszuschließen, dass Aktivitäten unterstützt werden, die sich nicht auf dem Boden der freiheitlich-demokratischen Ordnung des Grundgesetzes bewegen. Sponsoring bedarf des schriftlichen Vertrages in dem Leistung und Gegenleistung festgeschrieben sind. Bei der Auswahl von Sponsoringpartnern ist die Chancengleichheit zu gewährleisten. Transparenz ist durch öffentliche Sponsoringberichte zu gewährleisten, in denen Sponsor und Gesponserte mit den jeweiligen Zuwendungen aufgeführt werden. Bei Sponsoring ist darauf zu achten, dass Mitsprache bzw. Kontrollfunktionen des Kommunalparlaments gewährleistet sind.

Sponsoring soll einen nachvollziehbaren Bezug zum jeweiligen Unternehmensgegenstand des sponsernden Unternehmens aufweisen; unterstützt werden sollen grundsätzlich regionale Institutionen oder Initiativen, deren Aktionsradius identisch ist mit dem Kundenkreis der betreffenden Unternehmen; für Sponsoringleistungen ist eine angemessene Befristung festzulegen; Sponsoring ist grundsätzlich als ergänzende Finanzierung zu leisten. Es darf keine existenzielle Abhängigkeit entstehen. Bürgschaften bzw. „bedingte Zahlungsverprechen“ sowie Darlehen sollen nur in Ausnahmefällen gewährt werden und hierbei sind die für diese jeweils geltenden Zustimmungserfordernisse zusätzlich zu beachten. Leistungsempfänger können sich um ein Sponsoring bei den städtischen Unternehmen bewerben. Ein formalisierter Bewerbungsprozess mit Offenlegungspflichten zur Vermeidung potenzieller Interessenkonflikte ist notwendig, um Transparenz durch Dokumentation sicherstellen zu können. Ein Bewerberbogen soll insbesondere eine Projektbeschreibung und einen Finanzplan enthalten; und indem Bewerbungsverfahren soll die institutionelle Aufstellung der zu fördernden Einrichtungen offengelegt werden, um (potenzielle) Interessenkonflikte ausschließen zu können. Offenzulegen sind auch jegliche Nähebeziehungen zwischen Personen, die für die zu fördernde Institution tätig sind, zu Personen, die für die fördernden Unternehmen der Kommune tätig sind (einschließlich Nähebeziehungen von nahen Verwandten der vorgenannten Personen).

## **Finanzielle Auswirkungen**

Haushalt	Haushaltsrechtliche Auswirkungen (Ja oder Nein)?	HHJahr
Ergebnishaushalt	Nein	
Finanzhaushalt	Nein	

	Teil- haushalt	Produkt/Sachkonto/ Untersachkonto	Bezeichnung	Betrag in €
1				

	HHJahr	Planansatz HHJahr in €	gebunden in €	Über-/ Unterdeckung nach Finanzierung in €
1				

	HHJahr	Produkt/Sachkonto/ Untersachkonto Deckungsvorschlag	Deckungsmittel in €
1			

Folgekosten (Ja oder Nein)?		
-----------------------------	--	--

	HHJahr	Produkt/Sachkonto/ Untersachkonto	Planansatz in €	Jährliche Folgekosten für	Betrag in €
1					

**Auswirkungen auf den Klimaschutz**

Ja, positiv	Ja, negativ	Nein
		x

**Begründung:**

**Anlage/n**

Keine