

Leitfaden

zur Einwerbung von Sponsorengeldern und Spenden für die Carl von Ossietzky Universität Oldenburg

(1) Ausgangslage

Mit Wirkung vom 01.01.2009 ist die Richtlinie zur Korruptionsprävention und Korruptionsbekämpfung in der Landesverwaltung (Antikorruptionsrichtlinie) in Kraft getreten. Gem. Nr. 1.1 der Richtlinie ist der dadurch geschaffene Rahmen vollständig auszufüllen, dieser Rahmen schließt u. a. die Einwerbung von Spenden und das Sponsoring mit ein.

Gem. Nr. 8.1.2 i. V. m. Nr. 8.2 und 8.3 der Antikorruptionsrichtlinie, Beschluss der Landesregierung v. 16.12.2008 (Nds. MBl. 2009 S. 66) überträgt das MWK seine Zuständigkeit zur Einwilligung zur Annahme von Sponsoringleistungen, Werbung, Spenden und mäzenatischen Schenkungen, unabhängig vom Wert der Leistung, auf die Beauftragte bzw. den Beauftragten für den Haushalt der jeweiligen Behörde.

(2) Definition Sponsoring

Gemäß Nr. 8.1 der Antikorruptionsrichtlinie ist unter Sponsoring die Zuwendung von Geld oder einer geldwerten Leistung zur Erfüllung von Landesaufgaben durch eine juristische oder natürliche Person mit wirtschaftlichen Interessen zu verstehen, die neben dem Motiv zur Förderung der öffentlichen Einrichtung auch andere Interessen verfolgt. Dem Sponsor kommt es auf seine Profilierung in der Öffentlichkeit über das gesponserte Produkt an (z.B. Imagegewinn, Kommunikative Nutzung), nicht auf eine angemessene Gegenleistung.

(3) Definition Spenden

Spenden sind gem. Nr. 8.3 der Antikorruptionsrichtlinie Zuwendungen von z. B. Privatpersonen oder Unternehmen, bei denen das Motiv der Förderung der jeweiligen Behörde oder Einrichtung im Vordergrund steht. Der Spender erwartet keine Gegenleistung.

(4) Abgrenzung zwischen Sponsoring und Spenden

Es ist zwischen Sponsoring und Spende wie folgt zu unterscheiden:

Unter Sponsoring ist die finanzielle Förderung, insbesondere sozialer, wissenschaftlicher, kultureller oder sportlicher Einrichtungen und Veranstaltungen zu verstehen, bei denen sich der Empfänger der Zuwendung dazu verpflichtet, den Sponsor in der Öffentlichkeit zu nennen/repräsentieren/profilieren. Die durch den Begünstigten zu erbringende Leistung

besteht zum einen darin, die Öffentlichkeit oder die Besucher einer Veranstaltung auf die Förderung durch den Sponsor hin zu weisen, zum anderen die Gestattung der Benutzung des Namens oder Logos zu Werbezwecke des Sponsors. Jede Sponsoringleistung ist gem. Nr. 8.1.2 der Antikorruptionsrichtlinie grundsätzlich vollständig und abschließend aktenkundig zu machen. Dabei ist zu beachten, dass bei einer Sponsoringleistung ab 500 EUR ein schriftlicher Vertrag abzuschließen ist. Vertragsabschlüsse unter dieser Grenze sind ebenso wünschens- wie auch erstrebenswert. Ab einem Wert von 1.000 EUR hat die vorgeschriebene Veröffentlichung zu erfolgen (gem. Nr. 8.1.2.5 Nds. MBI v.16.12.2008).

Die Tatsache, dass der Gesponserte für die finanzielle Förderung eine so genannte Gegenleistung erbringt, unterscheidet das Sponsoring grundsätzlich von der Spende. Der Begriff der Spende umfasst eine unentgeltliche Leistung in Form einer Geld- oder Sachspende. Im Vordergrund steht die Förderung der Behörde oder Einrichtung.

Sponsoring wie auch Spenden sind gem. Nr. 8.1.1 nur zulässig, wenn der Anschein einer möglichen Beeinflussung bei der Wahrnehmung des Verwaltungshandelns nicht zu erwarten ist. Speziell dem Sponsoring dürfen keine Hinderungsgründe (z. B. der Haushaltsgesetzgeber ist nicht mit der Durchführung der Aufgabe einverstanden) entgegenstehen.

Sponsoringleistungen werden der Einnahme von Landesmitteln gleichgestellt, weshalb die Bestimmungen der Landeshaushaltsordnung gelten.

Eine weitere Unterscheidung findet sich auch in der steuerlichen Behandlung. Sind Spenden aufgrund der erteilten Spendenbescheinigung für den Spendegeber als Sonderausgaben absetzbar und für den Spendenempfänger ohne steuerliche Konsequenzen, so können Sponsoringleistungen von den Sponsoren als Betriebsausgaben geltend gemacht werden und unter bestimmten Voraussetzungen bei dem Gesponserten zur Steuerpflicht führen. Aus diesem Grund ist es ratsam jede Sponsoringleistung vertraglich zu regeln!

(5) Einwerbung von Sponsoringleistungen und Spenden

Bei der Einwerbung von Sponsorenleistungen und Spenden sollten die Mitglieder der Hochschule ihre persönlichen und institutionellen Kontakte weiterhin vielfältig nutzen. Gleichwohl sollte stets beachtet werden, dass jeder persönliche Antragsteller auch als Mitglied, bzw. als Vertreter der Universität wahrgenommen wird und folglich von Außen die Feststellung getroffen wird, man fördere die Universität.

In diesem Zusammenhang ist zu beachten, dass potentielle Förderer darauf hingewiesen werden, dass die beantragten Zuwendungen für zusätzliche Aufgaben der Universität und nicht etwa für Kernaufgaben in Forschung und Lehre verwendet werden.

Die Hochschulleitung will begrüßenswerte Einzelaktivitäten weder bürokratisch kontrollieren noch beeinträchtigen. Gleichwohl scheint es sinnvoll, an einer Stelle im Hause Informationen über laufende Vorhaben zu sammeln und gleichzeitig auf Wunsch Hilfeleistung bei der formalen Abwicklung zu gewähren. Der/die zuständige Mitarbeiter/in im Dezernat 2, Finanzen stehen als Ansprechpartner zur Verfügung.

(6) Verfahren

- Einwerbung von Spenden

Hier bleibt es bei dem bisher praktizierten Verfahren:

Führung des Einwerbungsgespräches zwischen dem Mitglied der Hochschule und dem Spender. Nach erfolgreichem Abschluss des Gesprächs wird das Dezernat 2, Finanzen zeitnah durch den Vordruck „Anzeige einer Spende“ (unter dem Link: <http://www.uni-oldenburg.de/dezernat2/41926.html> (Spende)) über das Ergebnis informiert. Danach wird auf Antrag eine Finanz- und Kostenstelle eingerichtet, auf der die Geldspende gutgeschrieben wird. Eine Spendenbescheinigung wird, falls erforderlich, ab einer Höhe von 100,00 € erteilt. (Diese Bescheinigung kann nur durch das Dezernat 2, Finanzen vorgenommen werden!)

Bei einer Sachspende bescheinigt der Einwerber gegenüber dem Dezernat 2, Finanzen den Erhalt der Sachspende und stellt den Geldwert der Sachspende fest. Im Anschluss daran wird das Dezernat 2, Finanzen ebenfalls eine entsprechende Spendenbescheinigung erteilen.

- Einleitung eines Sponsoring - Verfahrens

Führung des Einwerbungsgespräches zwischen dem Mitglied der Hochschule und dem potentiellen Sponsor; Beteiligung des Finanzdezernats im Rahmen der Vertragsgestaltung unter Verwendung des Mustervertrages der Universität (unter dem Link: <http://www.uni-oldenburg.de/dezernat2/41926.html> (Sponsoring Vertragsentwurf)). Vorlage des Vertragsentwurfs an das Dezernat 2, Finanzen zur Genehmigung; Rückgabe des Vertrags an das Mitglied der Hochschule zur Weitergabe an den Sponsor.

Das Dezernat 2, Finanzen trägt dafür Sorge, dass die vereinbarten Zahlungen auf der auf Antrag eingerichteten Finanz- und Kostenstelle (nach Rechnungsstellung) gutgeschrieben werden. Das Mitglied der Universität ist für die ordnungsgemäße Vertragserfüllung gegenüber dem Sponsor verantwortlich.

(7) Inkrafttreten

- Dieser Leitfaden tritt laut Präsidiumsbeschluss mit Wirkung vom 06.07.2010 in Kraft.