

## Sponsoringrichtlinie der ZukunftsRegion Westpfalz (ZRW)

### Präambel

Als regional verwurzelte Dachorganisation übernimmt die ZRW bewusst Verantwortung für Menschen in der Region. Neben der wirtschaftlichen Entwicklung soll auch das soziale und kulturelle Miteinander aktiv gefördert werden. Im Rahmen der nachfolgenden Bestimmungen können Initiativen, die mit den Vereinszielen kompatibel sind, durch Sponsoring und Spenden unterstützt werden.

Aus der Stellung als von öffentlichen Partnern unterstützte Organisation ergibt sich die Pflicht, entsprechende finanzielle Unterstützungen nach transparenten und verständlichen Regelungen durchzuführen. Sponsoring und Spenden sind daher anhand der nachfolgenden Regelungen zu tätigen.

### 1. Ziel und Zweck der Richtlinie

Ziel der Richtlinie ist es, für eine einheitliche Vorgehensweise bei der Mittelvergabe im Rahmen von Sponsoring, Spenden und vergleichbaren Zuwendungen (zum Beispiel Mitgliedschaften in Verbänden und Vereinen) durch die ZukunftsRegion Westpfalz zu sorgen. Durch die Richtlinie soll Plausibilität und Transparenz geschaffen werden. Die Richtlinie soll gewährleisten, dass die für die Mittelvergabe anzuwendenden rechtlichen Vorschriften eingehalten werden.

Eigene Projekte der ZRW und Kooperationsprojekte fallen nicht unter die Sponsoringrichtlinie.

### 2. Begriffsbestimmungen

#### 2.1 Sponsoring

Nach der Definition des Bundesministeriums der Finanzen im Sponsoringerlass (Schreiben betr. Ertragsteuerliche Behandlung des Sponsoring vom 18. Februar 1998 Az.:BMF IV B 2 – S 2144 – 40198, BStBl. 1 S.212) ist Sponsoring die

*„Gewährung von Geld oder geldwerten Vorteilen durch Unternehmen zur Förderung von Personen, Gruppen und/oder Organisationen in sportlichen, kulturellen, kirchlichen, wissenschaftlichen, sozialen, ökologischen oder ähnlich bedeutsamen gesellschaftspolitischen Bereichen zu verstehen, mit der regelmäßig auch eigene unternehmensbezogene Ziele der Werbung oder Öffentlichkeitsarbeit verfolgt werden.“*

Unter den Sponsoring-Begriff im weiten Sinne fallen auch die Planung, Organisation, Durchführung und Kontrolle dieser Fördertätigkeiten.

Sponsoring ist eine zielbezogene freiwillige Zusammenarbeit zwischen Sponsor und Sponsoringnehmer. Sponsoring basiert – im Gegensatz zum Spendenwesen – immer auf dem Prinzip von Leistung und Gegenleistung. Der Sponsor verpflichtet sich dabei zur Unterstützung des Sponsoringnehmers. Als Gegenleistung räumt der Sponsoringnehmer dem Sponsor bestimmte Rechte ein, etwa das Recht, die Marke des Sponsors im Umfeld des Sponsoringnehmers zu präsentieren oder dessen Vertriebs- und Marketingkanäle zu nutzen, über die der Sponsor Zugang zu der Zielgruppe des Sponsoringnehmers erhält. Sponsoring dient damit auch der Förderung unternehmensbezogener Ziele des Sponsors (zum Beispiel Imagegewinn, Steigerung der Bekanntheit des Unternehmens oder dessen Marke). Für den Sponsor geht es damit regelmäßig um die kommunikative Nutzung des gesponserten Projekts beziehungsweise der gesponserten Person, Gruppe oder Organisation und letztendlich darum einen „Return on Sponsoring Investment“ zu erzielen.

## **2.2 Spenden**

Eine Spende wird als eine freiwillige Leistung ohne Gegenleistung definiert, die der Förderung steuerbegünstigter Zwecke im Sinne der §§52 bis 54 der Abgabenordnung dient. Spenden erfolgen ausschließlich zur Unterstützung der Interessen des Begünstigten. Die ZukunftsRegion Westpfalz bindet die Spende regelmäßig an einen bestimmten Zweck.

Eine Spende erfolgt stets gegen Spendenbescheinigung.

## **3. Allgemeine Voraussetzungen für Sponsoring und Spenden**

### **3.1 Förderbereiche**

Der Schwerpunkt der Aktivitäten der ZukunftsRegion Westpfalz liegt in der Stärkung der Region Westpfalz. Die Sicherung der künftigen Verfügbarkeit von Fach- und Führungskräften, die Stärkung des regionalen Zusammenhalts und des Bekanntheitsgrades stehen im Vordergrund.

#### **Vereinsziele, die mittels der unterstützten Aktivitäten erreicht / gefördert werden sollen:**

- Bindung junger Menschen in der Region durch Unterstützung von Aktivitäten, die diese in ihrer Freizeit sozial in der Region verankern (Musikbands, Sport etc.)
- Förderung der Kontakte zwischen Schülern, Studenten, Absolventen und KMU's in der Region, um ihnen die Karrierechancen in der Westpfalz aufzuzeigen.
- Förderung hochkarätiger Kunst- und Kulturevents in der Region, um das Image der Region zu fördern und um national wie auch international mobilen Fach- und Führungskräften aufzuzeigen, dass es nicht nur in Metropolen anspruchsvolle Angebote gibt.
- Förderung des regionalen Zusammenhalts und der Identifikation der Menschen mit der Region, um die regionale Vernetzung zu stärken und die Potenziale der Region besser zu nutzen.

### **3.2 Ausschlüsse**

Von der Förderung ausgeschlossen sind:

- Politische Parteien und parteinahe Organisationen, Gewerkschaften, Amts- oder Mandatsträger, Bewerber um ein öffentliches Amt

- Projekte oder Einrichtungen, die gegen die guten Sitten verstoßen, die einen extremen politischen Hintergrund haben, sowie Anfragen, die von politisch extremen oder fremdenfeindlichen Gruppen eingereicht werden
- Sportarten und Tätigkeiten, bei denen Gewaltverherrlichung im Vordergrund steht
- Religiöse Bewegungen, Einrichtungen, Kirchengemeinden (Ausnahme: Karitative Einrichtungen, soweit die Glaubensverkündung nicht im Mittelpunkt steht, zum Beispiel Kindergärten in Trägerschaft der Kirche.)
- Charity Clubs
- Sponsoring oder Spenden aufgrund einer besonderen Nähe von Organmitgliedern oder Mitarbeitern zum Fördermittelempfänger
- Spenden an Einzelpersonen (zum Beispiel Profisportler)

#### **4. Mitteleinsatz – Umfang und Kriterien**

##### **4.1 Leistungsarten des Sponsors**

- Das Sponsoring kann durch Zuarbeit, Öffentlichkeitsarbeit, Bereitstellung von Material oder finanzielle Zuwendung erfolgen.

##### **4.2 Kriterien**

- Der jährliche Einsatz von finanziellen Mitteln soll i.d.R. nicht 3% des jährlichen Budgets überschreiten.
- Beim Mitteleinsatz ist auf folgende Kriterien zu achten:
  - Regionale Streuung;
  - Verteilung des Mitteleinsatzes auf beide Halbjahre eines Haushaltsjahres (Bewahrung von Handlungsspielräumen im zweiten Halbjahr)
  - Bei Anfragen verschiedener Antragsteller haben jene Vorrang, die sich selbst für die Region Westpfalz engagieren. Ein Indikator dabei kann die Mitgliedschaft in der ZRW sein. Sie ist aber nicht Voraussetzung.
  - Ausschließlich Förderung von Aktivitäten und Projekten, nicht von Strukturen oder Einrichtungen selbst.
  - Besondere Berücksichtigung von Projekten und Aktivitäten in Teilräumen, deren Gebietskörperschaften die ZRW mit einem größeren Förderbetrag unterstützen.
  - Vermeidung von Konzentration auf wenige Antragsteller (Streuung)
  - Sponsoringleistungen erfolgen befristet. Dauer beziehungsweise Zeitpunkt des Sponsorings sollen vorab klar definiert sein. Keine Dauerförderung: Mehrjährige Förderungen sind nach spätestens 3 Jahren zu beenden. Über Ausnahmefälle entscheidet der Vorstand.
  - Keine Förderung bereits etablierter Events, Veranstaltungen und Aktivitäten (kein Ersatz für wegfallende Sponsoringleistungen Dritter für bestehende Aktivitäten); Konzentration auf neue, innovative Aktivitäten.
  - Keine alleinige Förderung: die geförderte Einrichtung muss selbst einen Beitrag leisten und nach Möglichkeit sollen noch weitere Sponsoren engagiert sein, um die Hebelwirkung des Mitteleinsatzes zu vergrößern.

### **4.3 Gegenleistungen des Gesponserten**

Beim Sponsoring ist ein angemessenes Verhältnis von Leistung und Gegenleistung zu vereinbaren. Bei den Vertragspartnern besteht Einigkeit darüber, dass die eingesetzten Fördermittel einen Beitrag zur Imagepflege der ZRW leisten.

Gesponserte Projekte und Aktivitäten müssen daher in geeigneter Weise die Unterstützung durch die ZRW deutlich machen (Gegenleistungen). Diese Sichtbarmachung ist zu dokumentieren (Flyer, Fotos etc. Letztere sind dem Sponsor zur uneingeschränkten Nutzung kostenlos zur Verfügung zu stellen).

Nach Abschluss der zu fördernden Maßnahme muss der Empfänger der Leistung die Erfüllung des Sponsoringvertrags beziehungsweise die vereinbarungsgemäße Verwendung der Spende nachweisen.

Näheres regelt der jeweilige Sponsoringvertrag.

Als Gegenleistungen des Sponsoringnehmers kommen in Betracht:

- Nennung des Namens oder der Marke des Sponsors sowie Logoabdruck auf Plakaten, Broschüren, Bannern, Eintrittskarten oder Programmheften sowie auf der Homepage des Sponsoringnehmers
- Anzeigen in Zeitungen, Zeitschriften, Programm- oder Vereinsheften
- Hinweise auf das Sponsoring in Eröffnungsreden, Interviews, Statements
- Gelegenheit zur positiven Darstellung für den Sponsor im Rahmen einer Veranstaltung, zum Beispiel das Aufstellen eines Informationsstandes, Abspielen eines Werbejingles des Sponsors, Berechtigung Werbe- und Infomaterial an Gäste der Veranstaltung zu verteilen, prominente Platzierung des Namens oder Logos des Sponsors
- Mitwirkung des Sponsors bei PR-Maßnahmen, zum Beispiel bei Pressekonferenzen
- Berechtigung des Sponsors, Bilder für Werbe- und Infomaterial anzufertigen und das Logo sowie den Namen des Sponsoringnehmers zu verwenden
- Zuteilung eines Kontingents an unentgeltlichen oder verbilligten Eintrittskarten durch den Sponsoringnehmer zur freien Verwendung des Sponsors

### **5. Vertragsbestandteile eines Sponsoringvertrags**

Verträge über Sponsoring und Spenden sind schriftlich abzuschließen. Bei kleineren Beträgen aber mindestens aber eine schriftliche Dokumentation von Anfrage, Zusage und Mittelabruf erforderlich.

Es gibt keinen einheitlichen Sponsoringvertrag. Der Inhalt wird i.d.R. individuell zwischen dem Empfänger und dem Sponsor (ZRW) ausgehandelt. Es steht der Geschäftsstelle der ZRW frei, dafür ein Vertragsmuster zu erstellen.

Bei positiver Entscheidung über ein Sponsoring ist ein Vertrag mit folgenden Regelungen abzuschließen (Nähere Hinweise s. Anlage):

1. Zweck des Sponsorings
2. Laufzeit des Vertrages beziehungsweise Datum der zu sponsernden Veranstaltung
3. Angemessen detaillierte Beschreibung von Leistung- und Gegenleistung

Übersteigt der Wert des Sponsorings einen Betrag von 2.500 Euro sind zusätzlich folgende Regelungen zu treffen:

4. Haftungsausschluss für den Sponsoringgeber

5. Regelung zur Kündigung
6. Loyalitätsvereinbarung
7. Verpflichtung zur Verschwiegenheit

Im Fall einer Spendenbewilligung ist eine Spendenbescheinigung einzuholen.

## **6. Antragstellung, Entscheidung und Dokumentation**

- 6.1 Die Vergabe von Sponsoring- beziehungsweise Spendenleistungen erfolgt auf Grundlage eines Antrags des Sponsoringnehmers. Er beschreibt in dem Antrag das zu fördernde Projekt einschließlich des Finanzierungsplanes und erklärt sein Einverständnis, dass die Förderung im Bericht über Sponsoring- und Spendenleistungen veröffentlicht werden kann.
- 6.2 Nähebeziehungen zwischen Personen, die für den Antragsteller verantwortlich tätig sind, zu Personen, die auf Seiten des Fördermittelgebers verantwortlich tätig sind, sind offen zu legen.
- 6.3 Über den Antrag ist nach objektiven Kriterien zu entscheiden. Ein Anspruch auf Förderung besteht nicht. Die zuständigen Stellen dokumentieren jede positive Entscheidung über die Vergabe von Sponsoring oder Spendenmitteln.

## **7. Entscheidungsbefugnisse**

- 7.1 Entscheidungen über das Sponsoring einzelner Projekte und Aktivitäten innerhalb des jährlichen Budgetrahmens (3%) entscheidet bis zu einer Summe von 2.500 € der Geschäftsführer.
- 7.2 Bei Einzelbeträgen, die diesen Rahmen übersteigen, holt der Geschäftsführer das Einverständnis des Vorstandsvorsitzenden oder – im Verhinderungsfall - eines seiner Stellvertreter ein.
- 7.3 Einzelne Sponsoringaktivitäten, die innerhalb eines Jahres 10.000 € und mehr umfassen, werden vom Vorstandsvorsitzenden entschieden, unterzeichnet und die Auszahlung veranlasst. Es liegt in seinem Ermessen, den gesamten Vorstand in die Entscheidung einzubeziehen.
- 7.4 Sponsoringentscheidungen, die ausnahmsweise den Rahmen von 3% des jährlichen Budgets überschreiten, bedürfen einer Mehrheitsentscheidung im Vorstand.

## **8. Beschluss und Inkrafttreten**

- 8.1 Die Sponsoringrichtlinie wird mit der Mehrheit der anwesenden Vorstandsmitglieder durch den Vorstand beschlossen und ggf. verändert.
- 8.2 Die Aufstellung einer Sponsoringrichtlinie wurde auf Vorschlag des Geschäftsführers durch den Vorstand in seiner Sitzung vom 23.2.2017 beschlossen.
- 8.3 Die Sponsoringrichtlinie wird dem Vorstand der ZRW am 18.10.2017 zur Entscheidung vorgelegt und tritt am 1.1.2018 in Kraft.

Anlage: Musterinhalte eines Sponsoringvertrags

Die folgenden Bestandteile sollte ein Sponsoringvertrag enthalten (Fett = Pflicht, Normalschrift = Optional):

- **Name und Adresse der Vertragsparteien**
- Präambel (= Einleitung)
- **Vertragsgegenstand / Beschreibung des Projektes**
- **Leistungen des Sponsors**
  - Geldleistungen (einmalige oder regelmäßige Zahlung; Zahlung in Abhängigkeit vom Erfolg; Zahlungen zu einem bestimmten Anlass; Projektzuschuss etc.)
  - Sachleistungen (Materielle Zuwendung mit Ausrüstungsgegenständen wie Bekleidungsstücken, Übernahme von Verpflegung bei Veranstaltungen)
  - Dienstleistungen (Beratungsleistungen, Übernahme von administrativen oder organisatorischen Aufgaben etc.)
- **Gegenleistungen des Gesponsorten**
  - Werbemöglichkeiten für Sponsor
  - Einbindung in die eigene Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
  - Nutzung von Lizenzen
  - Vergabe von Prädikaten
- **Vergütung** (Sponsoringsumme, Zahlungsmodalitäten, Minderung)
- **Haftungsregelungen**
  - Vertragsstrafe
- **Kündigungsmodalitäten**
  - Konkurrenzausschlussklausel
- **Vertragsdauer**
  - Leistungskürzungen bei Nichterfüllung einzelner Vertragspunkte
- **Verschwiegenheitspflicht beider Parteien:** Konkrete einzelne Vertragsbedingungen unterliegen grundsätzlich der Schweigepflicht der Vertragsparteien.
- **Salvatorische Klausel**
- **Anwendbares Recht und Gerichtsstand**
  - Nachvertragliche Verhaltenspflichten
- **Hinweis auf Ergänzungen, Pflicht zur schriftlichen Form**
- **Unterschriften beider Vertragsparteien.**