

**Umgang mit Schenkungen, Spenden, Sponsoring
sowie Parteiensponsoring beim
XY-Unternehmen**

1. Zweck / Anwendungsbereich

Die Annahme oder Vergabe von Sponsoring-Geldern bzw. -leistungen, Spenden und mäzenatischen Schenkungen dürfen nur im Zusammenhang mit unseren Unternehmenszielen und mit unserem Unternehmenszweck erfolgen. Alle drei Zuwendungsarten sind als Marketinginstrumente geeignet, um unsere unternehmensbezogenen Ziele bzw. der unserer Geschäftspartner in der Öffentlichkeit zu platzieren sowie Imagepflege zu betreiben und unterstützen uns dabei, unsere Aufgaben noch besser wahrzunehmen.

Beim Umgang mit diesen Zuwendungen müssen mögliche Verstöße gegen Recht und Gesetz strikt vermieden werden. Von daher ist ein verantwortungsvoller Umgang mit diesen Zuwendungsarten erforderlich.

Die hier dargelegten Regelungen beziehen sich auf die XY-Unternehmung als organisatorische Einheit. Hiervon werden die Regelungen zur Annahme bzw. Gewährung von personenbezogenen Zuwendungen (z. B. Geschenke), die die Mitarbeiterin bzw. den Mitarbeiter selbst betreffen, nicht erfasst.

Darüber hinaus werden von dieser Regelung auch solche Zahlungseingänge, die wir aufgrund von Fördermitteln, Subventionen, Entschädigungen etc. erhalten - also ohne Gegenleistung unsererseits - nicht berücksichtigt.

2. (Mäzenatische) Schenkungen

Es handelt sich um freiwillige Zuwendungen durch Unternehmen, Privatpersonen etc. (Mäzen), die ausschließlich uneigennützige Ziele verfolgen und denen es nur um die Förderung bzw. Unterstützung der betreffenden Organisation, Einrichtung bzw. des öffentlichen Zwecks geht. Der Mäzen handelt selbstlos und möchte in der Öffentlichkeit grundsätzlich nicht in Erscheinung treten.

Für die Annahme bzw. Gewährung von Schenkungen gelten die zu den Spenden gemachten Ausführungen sinngemäß.

3. Spenden

Spenden sind freiwillige Geld-, Sachleistungen bzw. sonstiger geldwerter Vorteile, die regelmäßig die Förderung bzw. Unterstützung der betreffenden Organisation, Behörde, Einrichtung etc. zum Ziel haben, wobei der Geber der Spende keine Gegenleistung erwartet. Wir unterstützen Organisationen, Veranstaltungen, Vereine u.a. in den Bereichen Kunst und Kultur, Umweltschutz, Sport, Gesundheit, Bildung und Wissenschaft sowie soziale bzw. andere allgemein anerkannte förderungswürdige Zwecke.

Vor der endgültigen Annahme oder Gewährung der Spende müssen alle wesentlichen Aspekte (z.B. Beeinflussung einer konkreten Auftragsvergabe) betrachtet werden, die die Annahme der betreffenden Spende rechtfertigen bzw. ihr entgegenstehen. Die Annahme von Spenden darf keinesfalls das Ansehen unseres Unternehmens schädigen. Die Spende muss vom Geber auf freiwilliger Basis erfolgt sein. Der Geber darf keine über den offiziellen Spendenzweck hinausgehenden Erwartungen daran knüpfen können.

Für die Gewährung von Spenden ist auf die steuerliche Abzugsfähigkeit zu achten. Die Ausstellung von Spendenbescheinigungen muss den steuerlichen Anforderungen entsprechen. Diese müssen der Geschäftsleitung bzw. der zuständigen Stelle vor Aushändigung an den Geber zur Unterschrift vorgelegt werden.

4. Sponsoring

Unter Sponsoring ist die vertragliche Vereinbarung mit einem Unternehmen, einer Organisation etc. zu verstehen, bei dem gegen ein vereinbartes Entgelt bzw. eine geldwerte Leistung (z.B. Dienstleistung, Zurverfügungstellung von Know-how, Räumlichkeiten, Ausstattung, etc.) Leistungen erbracht werden, die auf werbe- bzw. öffentlichkeitswirksame Effekte (z.B. Imageverbesserung) ausgerichtet sind.

Mit der Vergabe von Sponsoringgeldern oder -leistungen sollen u. a. die Bereiche Kunst und Kultur, Umweltschutz, Sport, Gesundheit, Bildung und Wissenschaft sowie soziale bzw. andere allgemein anerkannte förderungswürdige Zwecke unterstützt werden.

Bei Vertragsabschlüssen ist insbesondere darauf zu achten, dass wir keine geschäftlichen Beziehungen zu Geschäftspartnern unterhalten, von denen bekannt ist, dass sie rechtliche bzw. ethisch-moralische Normen verletzen. Ebenso darf kein Missverhältnis zwischen den Leistungen des Sponsors und dem angestrebten zu förderndem Zweck bestehen. Hinsichtlich des Vertragsinhaltes ist hervorzuheben, dass die Leistung unseres Unternehmens und die Gegenleistung des Sponsoringpartners eindeutig und verbindlich geregelt sein müssen. Sponsoringverträge sind - aufgrund der komplexen steuerrechtlichen Bewertung - in jedem Einzelfall vor Vertragsabschluss mit den zuständigen Stellen abzustimmen. Im Rahmen der Vorbereitung und Ausgestaltung des Vertrages (z.B. Besprechung der zu erbringenden Leistungen, der Zahlungsabwicklung) bis hin zur vorbereiteten, unterschriftsfähigen Entwurfsfassung dürfen verpflichtende Vereinbarungen bzw. Absprachen nur unter Vorbehalt der Genehmigung durch die Geschäftsleitung getroffen werden. Über den Vertragsinhalt hinausgehende Nebenabsprachen sind zu unterlassen. Sofern sich aus dem Sponsoring Folgekosten ergeben, ist dafür zu sorgen, dass dies ebenfalls finanziell abgedeckt werden.

Städtischen Beteiligungsunternehmen ist es untersagt Parteien-Sponsoring zu betreiben. Unter Parteien-Sponsoring versteht man die Gewährung von Geld- oder geldwerten Leistungen seitens einer städtischen Beteiligungsgesellschaft an eine Partei, die im Gegenzug eine die eigenen kommerziellen oder ideellen Ziele unterstützende Gegenleistung erhält. Hierunter fallen unter anderem Schaltungen von Anzeigen in Parteipublikationen, Anmietung von Standflächen zur Präsentation eigener Produkte auf Parteiveranstaltungen oder Vortragshonorare für Politiker bei Unternehmensveranstaltungen. Diese Aufzählung ist nicht abschließend.“

§ 25 Absatz 2 Nummer 5 PartG verbietet politischen Parteien die Annahme von Spenden von Unternehmen, die ganz oder teilweise im Eigentum der öffentlichen Hand stehen oder die von ihr verwaltet oder betrieben werden, sofern die direkte Beteiligung der öffentlichen Hand 25 vom Hundert übersteigt. Mit dieser Regelung soll sichergestellt werden, dass über die gemäß § 5 Absatz 1 PartG dem Prinzip der Gleichbehandlung aller Parteien unterworfenen Gewährung öffentlicher Leistungen hinaus keine zusätzliche aus Steuermitteln gespeiste direkte oder indirekte Parteienfinanzierung stattfindet.

5. Wesentliche Rahmenbedingungen

Für den Umgang mit Sponsoring, Spenden und mäzenatischen Schenkungen sind folgende wesentliche Grundsätze von unserer Seite zu beachten:

- Das Ansehen und die Integrität unseres Unternehmens sind aufrecht zu erhalten. Das Ansehen und die Interessen unserer Anteilseigner – u. a. die Stadt Frankfurt am Main – dürfen nicht geschädigt werden.
- Als lokal ansässiges Unternehmen fühlen wir uns für das öffentliche Gemeinwohl im Rhein-Main-Gebiet mitverantwortlich.
- Verstöße gegen Recht und Gesetz, behördliche Auflagen und interne Regelungen sind zu vermeiden bzw. erforderlichenfalls zu bekämpfen.
- Unsere Unparteilichkeit, Unabhängigkeit und Sachlichkeit müssen stets gewährleistet bleiben (z. B. objektive Aufgabenwahrnehmung, Vermeidung von Interessenskonflikten).
- Als öffentliches Unternehmen haben wir für die notwendige Transparenz zu sorgen (z.B. gegenüber der Öffentlichkeit). Deshalb ist über die Zuwendungen regelmäßig Bericht zu erstatten.
- Jegliche Form der Korruption und/oder geschäftsschädigende Handlungen (z.B. wettbewerbswidriges Verhalten) werden von uns entschieden abgelehnt. Durch korruptionsvorbeugende Maßnahmen wollen wir gewährleisten, dass jede Form der Korruption, unzulässiger Beeinflussung etc. von vorneherein vorgebeugt wird. Jegliche Form der Korruption und/oder geschäftsschädigende Handlungen (z. B. wettbewerbswidriges Verhalten) werden von uns abgelehnt.
- Zuwendungen an Organisationen etc., von denen öffentlich bekannt ist, dass sie rechtliche bzw. ethisch-moralische Normen verletzen, werden strikt abgelehnt. Das gilt auch für sämtliche vertragliche Vereinbarungen, die in diesem Zusammenhang abzuschließen sind (z. B. Sponsoring). Das Image unserer Vertragspartner, Zuwendungsgeber etc. muss makellos sein.

Darüber hinaus dürfen Sponsoring, Spenden und mäzenatischen Schenkungen nicht mit Straftaten einhergehen. Gerade im Zusammenhang mit Amtsträgern oder für den öffentlichen Dienst besonders Verpflichteter sind bei der Entgegennahme von Zuwendungen strenge Vorschriften zu beachten. Auch Geschäftsführer von öffentlichen Unternehmen können als Amtsträger gemäß § 11 Abs. 1 Nr. 2 StGB in Betracht kommen (z. B. wenn öffentliche/hoheitliche Aufgaben durch juristische Person des Privatrechts wahrgenommen werden). Liegen Anhaltspunkte dafür vor, dass die Amtsträgereigenschaft etc. im Rahmen der geschäftlichen bzw. dienstlichen Beziehungen vorliegt bzw. vorliegen könnte, ist die vorherige Genehmigung der zuständigen Stelle im Zusammenhang mit Spenden, Sponsoring und mäzenatischen Schenkungen einzuholen. Zuwendungen dürfen allerdings nicht als Gegenleistung für Entscheidungsträger von Geschäftspartnern privatrechtlicher Unternehmen zu Grunde gelegt werden. Vor diesem Hintergrund ist in diesem Zusammenhang für ein transparentes Verfahren und eine nachvollziehbare Dokumentation zu sorgen.