

Richtlinie des Landkreises Friesland zur Annahme und Vermittlung von Spenden, Schenkungen und ähnlichen Zuwendungen

vom 1. Januar 2015

Präambel

Private Zuwendungen für öffentliche Zwecke sind besonders auf den Gebieten Kultur, Bildung und Wirtschaft auch in Friesland auf eine lange und bedeutende Tradition zurückzuführen. Staatliche Aufgaben sind zwar grundsätzlich durch den öffentlichen Haushalt zu finanzieren; insbesondere in Zeiten „knapper Haushaltsmittel“ leisten private Zuwendungen in Form von Sponsoring, Spenden oder mäzenatischen Schenkungen aber einen wichtigen Beitrag zur Erhaltung und Verbesserung der qualitativen und quantitativen Aufgabenwahrnehmung. Private Zuwendungen sind auch wichtiger Bestandteil von öffentlich-privaten Kooperationen im Sinne eines bürgerlichen Engagements. Sie geben den Sponsoren überdies Möglichkeit, ihre Verbundenheit mit bestimmten öffentlichen Aufgaben zu dokumentieren. Insofern sind private Zuwendungen auch unter diesen Gesichtspunkten grundsätzlich als positiv anzusehen.

Es ist jedoch der Eindruck zu vermeiden, öffentliche Einrichtungen würden sich aufgrund finanzieller Unterstützung oder Leistungen durch Private bei ihrer Aufgabenwahrnehmung beeinflussen lassen oder deren Interessen besonders berücksichtigen. Daher sind besonders strenge Maßstäbe im Zusammenhang mit hoheitlichem Handeln anzulegen.

Klare Verfahrensabläufe und vollständige Transparenz bei der Annahme von Mitteln und Leistungen aus Sponsoringverträgen, Spenden oder mäzenatischen Schenkungen können hier Abhilfe schaffen. Sie schützen zugleich die Beschäftigten der Behörden und Ämter vor ungewollten, strafrechtlich relevanten Verhaltensweisen („Vorteilsannahme“) und bieten Ihnen Verhaltenssicherheit in diesem noch relativ jungen Betätigungsfeld der öffentlichen Verwaltung. Diese Richtlinie soll einen einheitlichen Verfahrensablauf sicherstellen und dabei auch Klarheit im Interesse der privaten Zuwendungsgeber schaffen.

§ 1 Geltungsbereich

- (1) Der Landkreis Friesland und seine Amtsträger dürfen Spenden, Schenkungen und ähnliche Zuwendungen nur insoweit und in dem Umfang annehmen, als diese der kommunalen Aufgabenerfüllung dienen.
- (2) Diese Richtlinie gilt insofern für alle Dienststellen und Einrichtungen des Landkreises Friesland einschließlich der Sondervermögen und insbesondere der in der Trägerschaft des Landkreises Friesland stehenden Schulen.

§ 2 Zuständigkeiten

- (1) Über die Zulässigkeit der Annahme und Durchführung von Sponsoring, Spenden und mäzenatischen Schenkungen bis zur Höhe von **100,00 €** entscheidet der Landrat in eigener Zuständigkeit.
- (2) Für Zuwendungen von **100,01 € bis zu 2.000,00 €** ist der Kreisausschuss zuständig.

- (3) Für Zuwendungen ab 2.000,01 € ist der Kreistag zuständig; eine Übertragung ist nicht zulässig. Der Kreistag kann sich für bestimmte Gruppen oder im Einzelfall die Entscheidung vorbehalten. Sofern das öffentliche Wohl oder berechnigte Interessen des Zuwendungsgebers tangiert werden, ist der Beschluss in nichtöffentlicher Sitzung zu fassen.
- (4) Die Annahme von Zuwendungen durch Fördervereine richtet sich nach den jeweiligen Regelungen der Vereine bzw. Behörden. Bei Weiterleitung von den Fördervereinen treten die Fördervereine als Zuwendungsgeber auf.

§ 3 Begriffsbestimmungen

- (1) Die Zuwendungen Privater an die öffentliche Hand in Form von Geld oder eines geldwerten Vorteils werden je nach Grad der vereinbarten Gegenleistung unterschieden in Spenden, Werbung, Sponsoring und mäzenatische Schenkungen.
- (2) Für die Begriffsbestimmung wird die Ziffer 8 der Antikorruptionsrichtlinie des Niedersächsischen Ministeriums für Inneres und Sport analog angewendet (entsprechender Auszug siehe Anlage).

§ 4 Allgemeine Grundsätze

- (1) Um der Forderung nach Unparteilichkeit, Uneigennützigkeit und Unabhängigkeit der öffentlichen Verwaltung bei der Durchführung von Sponsoringmaßnahmen und der Annahme von Spenden und mäzenatischen Schenkungen gerecht zu werden, sind folgende Grundsätze zu beachten:
 - a) Die Integrität der öffentlichen Verwaltung muss gewahrt bleiben.
 - b) Bei der Wahrnehmung öffentlicher Aufgaben ist der böse Anschein zu vermeiden.
 - c) Die Finanzierung öffentlicher Aufgaben muss transparent sein.
 - d) Jeder Form von Korruption und unzulässiger Beeinflussung ist durch flankierende korruptionspräventive Maßnahmen vorzubeugen.
- (2) Dem Zuwendungsgeber darf insofern ein sonstiger Vorteil für seine Zuwendung weder versprochen noch in Aussicht gestellt werden. Daher darf die Einwerbung oder Annahme einer Spende, Schenkung oder einer ähnlichen Zuwendung im Zusammenhang mit einer zurückliegenden, gegenwärtigen oder künftig absehbaren Dienstausbübung des Landkreises und seiner Amtsträger nicht erfolgen; dies gilt auch dann, wenn die Zuwendung nach dem Willen des Gebers an einen Dritten (Verein, Verband, kirchliche Einrichtung, Interessengemeinschaft etc.) weitergeleitet werden soll.
- (3) Hierzu muss sichergestellt sein, dass ein zurückliegender, gegenwärtiger oder künftig absehbarer Bezug zwischen Zuwendungsgeber und einer dienstlichen Handlung des Landkreises bzw. der Amtsträger nicht hergestellt werden kann.
- (4) Einziger Vorteil, der einem Zuwendungsgeber eingeräumt werden darf ist die Werbung als Zuwendungsgeber zum Imagegewinn, Steigerung der Produkt- und Firmenbekanntheit und Verkaufsförderung.

§ 5 Erfassung; Schriftliche Vereinbarungen und Vertragsabschlüsse

- (1) Die Annahme von Zuwendungen ist vollständig und abschließend aktenkundig zu machen. Hierzu sind der Zuwendungsgeber, Art und Umfang der Zuwendung (Geld-/Sachleistung), der Zuwendungszeitpunkt oder -zeitraum und der Zweck der Zuwendung zu erfassen. Sofern der Zuwendungsgeber den Wunsch nach Anonymität hat, ist dies ebenfalls mit zu vermerken; der Zuwendungsgeber wird dann geheim gehalten und im Jahresbericht nach § 111 Abs. 7 NKomVG sowie sonstigen Veröffentlichungen mit „anonym“ aufgeführt.
- (2) Bei Sponsoringleistungen sind zusätzlich ab einem Gegenwert von 1.000 Euro schriftliche Vereinbarungen bzw. Vertragsabschlüsse erforderlich.
Diese müssen Angaben enthalten über
 - ☐ die konkrete Leistung des Sponsors (was und wie wird von wem bis wann und in welchem Umfang geleistet - direkte Leistung / indirekte Leistung über weitere Firmen)
 - ☐ die konkrete Gegenleistung der öffentlichen Einrichtung (was und wie wird von wem bis wann und in welchem Umfang geleistet - direkte Leistung / indirekte Leistung über weitere öffentliche Institutionen; ggf. Art und Form der Darstellung des Sponsors bei mündlicher oder schriftlicher Nennung des Namens, der Firma und der Marke sowie die Präsentation des Logos oder sonstiger Kennzeichen am gesponserten Objekt oder im Rahmen einer Veranstaltung)
 - ☐ die konkrete Förderung einer Aufgabe, Maßnahme oder öffentlichen Einrichtung (was wird gefördert - ggf. Förderungsziel)
 - ☐ den zeitlichen Rahmen einer Leistung oder Maßnahme (einmalig, dauerhaft, Zeitraum)
 - ☐ Benennung von Handlungsfolgen (welcher Bereich muss was tun, z. B. Haushalts- / Rechtsabteilung, Beschaffungsbereich...) und ggf. weiteren Verpflichtungen aufgrund der Vereinbarung, die über die Gegenleistung der öffentlichen Einrichtung hinausgehen, z. B. steuerrechtliche Folgen oder andere Folgekosten (z. B. Autoleasing durch Dritte zugunsten einer Sozialeinrichtung, Übernahme der Kosten für die Haftpflichtversicherung, Wartung etc. durch die Sozialeinrichtung).
 - ☐ Unterschriften der Vertragsparteien

§ 6 Berichtswesen

- (1) Die auch aus Gründen der Korruptionsprävention und –bekämpfung notwendige vollständige Transparenz im Umgang mit Sponsoringleistungen, Spenden und mäzenatischen Schenkungen erfordert nach § 111 Abs. 7 Satz 4 NKomVG eine jährliche Berichterstattung an die Kommunalaufsichtsbehörde über empfangene Zuwendungen. Die Berichtspflicht erstreckt sich auch auf die in Trägerschaft des Landkreises stehenden Schulen und sonstigen Einrichtungen.
- (2) Die einzelnen Zuwendungen sind zentral über die Kämmerei an die Antikorruptionsbeauftragte des Landkreises Friesland mit Angabe der Zuwendungsdaten nach § 5 (1) zu melden. Sachzuwendungen sind darüber hinaus zu inventarisieren.
- (3) Zuwendungen unter einem Wert von 100,- € werden in dem Zuwendungsbericht nur als Anzahl und Gesamtsumme erfasst.

§ 7 Schlussbestimmung und Inkrafttreten der Richtlinie

- (1) Sofern nichts anderes geregelt ist, wird der Zuwendungsbericht unter Wahrung der ggfs. festgelegten Anonymität einzelner Zuwendungsgeber auf der Homepage des Landkreises Friesland öffentlich bekannt gegeben.
- (2) Die Regelungen gem. § 111 Abs. 7 NKomVG sowie § 25a GemHKVO wurden zum 20.05.2009 in Kraft gesetzt, so dass bereits für das Haushaltsjahr 2009 erstmals ein Zuwendungsbericht zu fertigen war. Dem entsprechend trat diese Richtlinie rückwirkend zum 20.05.2009 in Kraft. Zum 1.1.2015 erfolgen lediglich begriffliche Anpassungen in der Richtlinie wegen des Wegfalls der Niedersächsischen Gemeindeordnung (NGO) und der Niedersächsischen Landkreisordnung (NLO).

Jever, den 15.12.2014

Landkreis Friesland

Sven Ambrosy
Landrat

Anlage: Auszug Antikorruptionsrichtlinie, Ziffer 8

Nds. MBl. Nr. 16/2014

B. Ministerium für Inneres und Sport

Richtlinie zur Korruptionsprävention und Korruptionsbekämpfung in der Landesverwaltung (Antikorruptionsrichtlinie)

Beschl. d. LReg v. 1. 4. 2014
— MI-11.31-03019/2.4.1.3 —

— VORIS 20480 —

8. Sponsoring, Werbung, Spenden und mäzenatische Schenkungen

Für die Wahrnehmung öffentlicher Aufgaben durch die unmittelbare Landesverwaltung gelten die folgenden Grundsätze:

- Wahrung der Integrität der öffentlichen Verwaltung,
- Vermeidung eines bösen Anscheins bei der Wahrnehmung öffentlicher Aufgaben,
- Sicherung des Budgetrechts der Parlamente und ggf. der Vertretungen der Körperschaften des öffentlichen Rechts,
- vollständige Transparenz bei der Finanzierung öffentlicher Aufgaben,
- Vorbeugung gegen jede Form von Korruption und unzulässiger Beeinflussung und die Flankierung korruptionspräventiver Maßnahmen und
- Sicherstellung der Finanzierung öffentlicher Aufgaben grundsätzlich durch öffentliche Mittel über den Haushaltsgesetzgeber.

Spezifische oder übergreifende Regelungen für die Drittmittelforschung (Hochschulen, Hochschulkliniken, öffentlich geförderte Hochschuleinrichtungen) bleiben unberührt.

8.1 Sponsoring

Unter **Sponsoring** ist 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. Der Sponsorin oder dem Sponsor kommt es auf ihre oder seine Profilierung in der Öffentlichkeit über das gesponserte Produkt an (Imagegewinn, kommunikative Nutzung).

8.1.1 Zulässigkeit

Sponsoring ist nur zulässig, wenn der Anschein einer möglichen Beeinflussung bei der Wahrnehmung des Verwaltungshandelns nicht zu erwarten ist und im Einzelfall keine sonstigen Hinderungsgründe entgegenstehen. Das Ansehen des Landes in der Öffentlichkeit darf keinen Schaden nehmen. Sponsoring ist insbesondere zulässig für Zwecke der Öffentlichkeitsarbeit, der Kultur und des Sports, wenn jeder Einfluss auf die Inhalte auszuschließen ist.

Sponsoring kann in geeigneten Fällen zur Erfüllung von Landesaufgaben beitragen. Die Landesverwaltung darf sich aber nicht uneingeschränkt dem Sponsoring öffnen.

In Bereichen der Eingriffsverwaltung (z. B. Polizei, Steuerverwaltung, Justiz, Maßregelvollzug) ist Sponsoring grundsätzlich abzulehnen. Es ist in diesen Bereichen nur ausnahmsweise und nur dann zulässig, wenn die Sponsorin oder der Sponsor ihre oder seine Förderung nicht unmittelbar gegenüber der zu begünstigenden Dienststelle erbringt, sondern an die zur Entscheidung über die Annahme der Förderung befugte Dienststelle leistet und diese die Sponsoringleistung der zu begünstigenden Dienststelle unter Wahrung der Anonymität zur Verfügung stellt.

Die dauerhafte Überlassung von Personal an die öffentliche Verwaltung durch Sponsorinnen oder Sponsoren oder die Finanzierung von Personalhaushaltsstellen ist zu vermeiden. Dies gilt nicht für Stiftungsprofessuren im Hochschulbereich.

Sponsoring ist ausgeschlossen, wenn der Haushaltsgesetzgeber erkennbar nicht mit der Durchführung der Aufgabe einverstanden ist oder aus anderen als finanziellen Gründen für einen bestimmten Zweck keine oder nur begrenzte Ausgaben zugelassen hat.

Sachleistungen sind nur zulässig, wenn die Finanzierung der Folgekosten gewährleistet ist.

Durch die Annahme einer Sponsoringleistung darf keine Bindung für künftige (Folge-) Beschaffungen entstehen.

Liegen mehrere Angebote für Sponsoring vor, so ist bei der Auswahlentscheidung auf Neutralität zu achten. Die Gründe für die Auswahlentscheidung sind bei mehreren möglichen Sponsoren schriftlich niederzulegen.

8.1.2 Durchführung

8.1.2.1 Für die Annahme von Sponsoringleistungen ist die Einwilligung der zuständigen obersten Landesbehörde einzuholen; sie kann ihre Befugnis übertragen. Im Bereich der Eingriffsverwaltung kann die Befugnis nur auf die unmittelbar nachgeordnete Behörde übertragen werden, es sei denn, dass die Sponsoringleistung dieser Behörde zugute kommen soll. Die obersten Landesbehörden können für den eigenen Geschäftsbereich im Benehmen mit dem MF ergänzende Regelungen erlassen.

8.1.2.2 Sponsoringmaßnahmen sind vollständig und abschließend aktenkundig zu machen. Ab einer Sponsoringleistung von 500 EUR ist ein schriftlicher Sponsoringvertrag abzuschließen (Muster siehe **Anlage 2**). Ansonsten ist der Inhalt des mündlich geschlossenen Vertrages in einem Aktenvermerk darzulegen. Dies gilt auch, soweit ein schriftlicher Vertrag im Einzelfall weder angezeigt noch durchsetzbar ist. Der Wert von gesponserten Sach- oder Dienstleistungen ist in dem Vertrag oder Aktenvermerk festzuhalten. Kann der Wert erst nachträglich festgestellt werden, so ist er nachzutragen. Die Sponsorin oder der Sponsor ist auf eine Veröffentlichung und deren Mindestangaben nach Nummer 8.1.2.5 hinzuweisen.

8.1.2.3 Geldleistungen der Sponsorin oder des Sponsors sind Einnahmen des Landes, die im Landeshaushalt nachzuweisen sind. Bei der Vereinnahmung und Verausgabung sind die haushaltsrechtlichen Bestimmungen zu beachten.

8.1.2.4 Wird eine Sponsoringleistung einer einzelnen Person angeboten, oder soll sie einer Person oder mehreren bestimmten Personen zugute kommen, so darf sie nur angenommen werden, wenn

- damit ersichtlich nicht einzelne Landesbedienstete, sondern eine Landesaufgabe gefördert werden soll,
- kein Widerspruch zu den Regelungen über die verbotene Annahme von Belohnungen und Geschenken vorliegt und
- eine Auswahlentscheidung, wem die Sponsoringleistung zugute kommen soll, nicht schon deshalb ausgeschlossen ist, weil (z. B. aufgrund der speziellen Ausrichtung der Sponsoringleistung) die begünstigte Person oder mehrere einzelne zu begünstigende Personen (z. B. spezialisierte Fachkräfte) bereits feststehen. Eine ausgeschlossene Auswahlentscheidung steht der Annahme einer Sponsoringleistung dann nicht entgegen, wenn diese der Förderung mehrerer Personen im Bereich der Ausbildung dient.

Das Sponsoringangebot ist auf dem Dienstweg unverzüglich der Leiterin oder dem Leiter der Dienststelle zur weiteren Veranlassung vorzulegen. Wird das Sponsoring angenommen, so ist die Sponsorin oder der Sponsor durch die begünstigte Dienststelle schriftlich darüber zu unterrichten, dass einzelne Personen zur Annahme der Förderung nicht befugt sind, die Sponsoringleistung aber zur Erfüllung der Aufgabe, die gefördert werden soll, verwendet werden wird.

8.1.2.5 Die Erkennbarkeit des Sponsorings für die Öffentlichkeit ist dadurch herzustellen, dass die obersten Landesbehörden die in ihrem Geschäftsbereich angenommenen Sponsoringleistungen (auch Sachleistungen und Dienstleistungen) mit einem Wert ab 1 000 EUR im Einzelfall im Internet veröffentlichen. Eine Gesamtübersicht wird im Portal „www.niedersachsen.de“ prominent platziert.

Die Einstellung auf der Internetseite der obersten Landesbehörden erfolgt zeitnah. Das Verfahren dazu regeln die obersten Landesbehörden für ihren Bereich.

In die Veröffentlichung sind mindestens folgende Angaben aufzunehmen:

- Name der Sponsorin oder des Sponsors (konkrete Angaben),
- Höhe des gesponserten Geldbetrages oder Bezeichnung der gesponserten Sache oder Dienstleistung mit Angabe des vollen Wertes und
- Hinweis zur Verwendung.

Wenn eine namentlich bekannte Sponsorin oder ein namentlich bekannter Sponsor nicht genannt werden möchte, so ist die angebotene Sponsoringleistung abzulehnen.

8.2 Werbung

Unter **Werbung** sind Zuwendungen eines Unternehmens oder unternehmerisch orientierter Privatpersonen für die Verbreitung seiner oder ihrer Werbebotschaften durch die öffentliche Verwaltung zu verstehen, wenn es ausschließlich um die Erreichung eigener Kommunikationsziele (z. B. Verkaufsförderung, Produktinformation) des Unternehmens oder der Privatperson geht. Die Förderung der jeweiligen öffentlichen Einrichtung ist nur Mittel zum Zweck und liegt nicht im unmittelbaren Interesse der Zuwendenden.

Werbeverträge mit Trägern der Landesverwaltung sind nur zulässig, wenn der Anschein einer möglichen Beeinflussung bei der Wahrnehmung des Verwaltungshandelns nicht zu erwarten ist und im Einzelfall keine sonstigen Hinderungsgründe entgegenstehen. Werbeverträge sind ausgeschlossen, wenn der Anschein entstehen könnte, Verwaltungshandeln würde hierdurch beeinflusst werden. Hinsichtlich der Durchführung von zulässigen Werbeverträgen ist wie beim Sponsoring zu verfahren (siehe Nummer 8.1.2). Eine Veröffentlichung gemäß Nummer 8.1.2.5 erfolgt ebenfalls.

8.3 Spenden und mäzenatische Schenkungen

Spenden sind Zuwendungen von z. B. Privatpersonen oder Unternehmen, bei denen das Motiv der Förderung der jeweiligen Behörde oder Einrichtung dominant ist. Die Spenderin oder der Spender erwartet keine Gegenleistung.

Mäzenatische Schenkungen sind Zuwendungen durch z. B. Privatpersonen oder Stiftungen, die ausschließlich uneigennützige Ziele verfolgen und denen es nur um die Förderung des jeweiligen öffentlichen Zwecks geht.

Die Annahme von Spenden und mäzenatischen Schenkungen ist zulässig, wenn nicht im Einzelfall ein Anschein für eine mögliche Beeinflussung bei der Wahrnehmung öffentlicher Aufgaben zu befürchten ist. Die Grundsätze für die verwaltungsmäßige Behandlung von Sponsoring nach Nummer 8.1.2 gelten auch für Spenden und mäzenatische Schenkungen. Abweichend davon ist der Abschluss eines schriftlichen Vertrages bei Spenden und mäzenatischen Schenkungen nicht erforderlich. Eine Veröffentlichung gemäß Nummer 8.1.2.5 erfolgt jedoch.