

ANLAGE 1
ZU TOP 2.6

Rahmenregelung der Stadt Kerpen zum Sponsoring vom 19.07.2002

In der Absicht, zukünftig die Möglichkeiten von Sponsoring zu Gunsten der Stadt Kerpen unter Wahrung der Objektivität und der Neutralität nutzen zu können, und mit dem Ziel, die notwendige Transparenz von Leistung und eventueller Gegenleistung im Rahmen einer Korruptionsprävention zu gewährleisten, hat der Rat der Stadt Kerpen am 09.07.2002 folgende Rahmenregelung zum Sponsoring beschlossen:

1. Definition

Unter Sponsoring versteht man im Allgemeinen,

- die Zuwendung von Finanzmitteln, Sach- und /oder Dienstleistungen durch Private Dritte (Sponsoren)
- an eine Einzelperson, eine Gruppe von Personen, eine Organisation oder Organisationseinheit (Gesponserte)
- zur Förderung von sportlichen, kulturellen, wissenschaftlichen, sozialen, ökologischen oder ähnlich bedeutsamen gesellschaftspolitischen Bereichen
- mit der regelmäßig auch eigene unternehmensbezogene Ziele der Werbung, der Darstellung von eigenen Produkten oder der Öffentlichkeitsarbeit verfolgt werden.

2. Steuerrechtliche Wirkungen

Je nach Art und Umfang kann Sponsoring eine wirtschaftliche Tätigkeit darstellen, die der Körperschafts-, Gewerbe- und Umsatzsteuerpflicht unterliegt. Die steuerrechtlichen Auswirkungen sind im Einzelfall vor Abschluss eines Sponsoringvertrages zu klären.

Beim Sponsoring ist zu berücksichtigen, dass letztlich alle staatlichen Ebenen die gesponserten Leistungen über Steuermindereinnahmen mitfinanzieren, wenn der Sponsor seine Leistungen als Betriebsausgaben steuerlich geltend machen kann.

3. Grundsätze/Leitsätze

- 3.1 Sponsoring soll nur sehr zurückhaltend stattfinden.
- 3.2 Sponsoring muss mit dem verfolgten Verwaltungszweck vereinbar sein.
- 3.3 Mit dem Sponsoring dürfen keine rechtswidrigen Ziele verfolgt werden.
- 3.4 Sponsoring muss stets für die Öffentlichkeit erkennbar sein. Eine vollständige Transparenz des Umfangs, der Art des Sponsorings und die Angabe der Sponsoren ist zur Vermeidung der Befangenheit sowohl der politischen Vertreter/ -innen als auch aller Beschäftigten in der Stadt Kerpen unentbehrlich.

- 3.5 Es darf nicht der Eindruck entstehen, dass die Mitglieder des Rates oder die Beschäftigten der Stadt Kerpen sich bei ihren Aufgaben oder bei der Vergabe öffentlicher Aufträge von den Interessen des Sponsors leiten lassen.
- 3.6 Das Ansehen der Stadt Kerpen in der Öffentlichkeit darf durch das Sponsoring keinen Schaden nehmen.
- 3.7 Eventuelle Zusatzausgaben und/oder Folgekosten müssen vor Abschluss des Sponsoringvertrages abgedeckt sein.
- 3.8 Es ist auszuschließen, dass der Sponsor Vorgaben für die Erledigung der öffentlichen Aufgabe macht oder sonst hierauf Einfluss nimmt.

4. Vertrags- und Schriftform des Sponsoringvertrages

- 4.1 Die Leistung eines Sponsors an die Stadt Kerpen sowie die eventuelle Gegenleistung der Stadt Kerpen sind in allen Fällen durch eine schriftliche vertragliche Vereinbarung ("Sponsoringvertrag") zu regeln.
- 4.2 In Sponsoringverträgen ist darauf zu achten, dass die Leistungen und Gegenleistungen nach Art, Umfang und ggf. Laufzeit genau benannt werden.
- 4.3 Für die Sponsoringverträge sollen möglichst die Formulierungen eingeführter Musterverträge verwendet werden.

5. Zustimmungserfordernis

Der Abschluss eines Sponsoringvertrages bedarf der Zustimmung der Rates, wenn die Leistungen des Sponsors einen Wert von 25.000 Euro übersteigen.

Bei Sponsoringverträgen bis zu einem Wert von 25.000 Euro entscheidet gemäß Hauptsatzung der Bürgermeister der Stadt Kerpen.

6. Verfahren, Kontrolle und Information

- 6.1 Zu jedem Entwurf eines Sponsoringvertrages sind die Interessenlagen der Vertragsbeteiligten zu erläutern sowie die auf die Stadt Kerpen zukommenden Auswirkungen (Folgekosten, steuerliche Wirkungen) darzulegen.
- 6.2 Zu jedem Sponsoringvertrag ist eine Stellungnahme des Rechtsamtes und der Kämmerei einzuholen und ebenfalls mit vorzulegen.
- 6.3 Neben dem Rechnungsprüfungsamt (14) erhalten die Ämter 10, 11, 20 und 21 in jedem Fall, unabhängig von den im § 5 genannten Grenzen, eine Ausfertigung des abgeschlossenen Sponsoringvertrages.

7. Sponsoringbericht

Die Verwaltung gibt dem Rat grundsätzlich vierteljährlich, mindestens aber einmal jährlich einen Sponsoringbericht über alle Sponsoringverträge zur Kenntnis. Der Sponsoringbericht kann von allen Bürger/innen der Stadt Kerpen eingesehen werden.

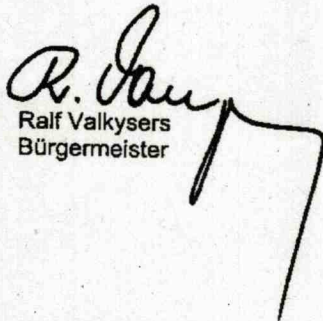
8. Ergänzende Regelungen

Auf der Grundlage der vorstehenden generellen Rahmenregelungen zum Sponsoring können für Einrichtungen der Stadt Kerpen nach Vorberatungen in den Fachausschüssen ergänzende Regelungen beschlossen werden.

9. Spenden

Das Verfahren zur Annahme von Spenden wird von diesen Rahmenregelungen nicht berührt.

Kerpen, 19.07.2002


Ralf Valkysers
Bürgermeister