

318

Richtlinie zum Umgang mit Sponsoring, Spenden und Schenkungen in der öffentlichen Verwaltung des Freistaats Thüringen (Thüringer Sponsoringrichtlinie – ThürSponsRI)

Inhaltsübersicht:

1 Allgemeine Regelungen

- 1.1 Zweck der Richtlinie
- 1.2 Anwendungsbereich
- 1.3 Begriffsbestimmungen

2 Umgang mit Sponsoring, Spenden und Schenkungen

- 2.1 Allgemeine Grundsätze
- 2.2 Zulässigkeit von Sponsoring
- 2.3 Verfahren bei Sponsoring
- 2.4 Zulässigkeit und Verfahren bei Spenden und Schenkungen
- 2.5 Sponsoringbericht

3 Schlussbestimmungen

- 3.1 Gleichstellungsbestimmung
- 3.2 Inkrafttreten, Außerkrafttreten

1 Allgemeine Regelungen

1.1 Zweck der Richtlinie

Zweck dieser Richtlinie ist es, einen verlässlichen Handlungsrahmen sowie Rechtssicherheit im Umgang mit Sponsoring, Spenden und Schenkungen zu schaffen und damit verbundenen möglichen Korruptionsrisiken vorzubeugen. Bürgergesellschaftliches Engagement von Einzelpersonen oder privatwirtschaftlichen Unternehmen in Form von Geld-, Sach- oder Dienstleistungen kann zur Förderung und Unterstützung von Zielen der Verwaltung des Freistaats Thüringen beitragen und ist daher grundsätzlich zu begrüßen. Gleichwohl muss die öffentliche Verwaltung jeden Anschein fremder Einflussnahme vermeiden, um ihre Integrität und Neutralität zu wahren. Öffentliche Ausgaben sind grundsätzlich durch Haushaltsmittel zu finanzieren. Daher hat die öffentliche Verwaltung über die Annahme von Geld oder geldwerten Leistungen grundsätzlich restriktiv und nach Maßgabe der in dieser Richtlinie statuierten Regelungen zu entscheiden.

1.2 Anwendungsbereich

(1) Diese Richtlinie gilt, soweit im Einzelnen nichts anderes bestimmt ist, für Zuwendungen an öffentliche Stellen.

(2) Öffentliche Stellen im Sinne dieser Richtlinie sind die Behörden und Einrichtungen des Landes und, soweit sie in Verwaltungsangelegenheiten tätig werden, die Organe der Rechtspflege (Gerichte, Staatsanwaltschaften, Vollzugsanstalten, Jugendarrestanstalten und Gnadenstellen) sowie die sonstigen der alleinigen Aufsicht des Landes unterstehenden Körperschaften, Anstalten und Stiftungen des öffentlichen Rechts.

(3) Der Freistaat Thüringen wirkt darauf hin, dass in Unternehmen des öffentlichen oder privaten Rechts, an denen er als Anteilseigner oder Gesellschafter beteiligt ist, diese Richtlinie sinngemäß angewendet wird.

(4) Dem Thüringer Landtag, dem Thüringer Rechnungshof sowie den der Aufsicht des Landes unterstehenden Gebietskörperschaften wird die Anwendung dieser Richtlinie empfohlen.

1.3 Begriffsbestimmungen

(1) Sponsoring ist die Zuwendung von Geld oder einer geldwerten Leistung durch Dritte (Sponsor/Sponsorin), zum Beispiel

Privatpersonen, Unternehmen oder Vereine, an eine öffentliche Stelle (Gesponserte), die neben dem Motiv der Förderung der öffentlichen Stelle auch wirtschaftliche Interessen verfolgen. Die Gegenleistung besteht in der Möglichkeit der Profilierung des Sponsors / der Sponsorin in der Öffentlichkeit über das gesponserte Produkt (Imagegewinn, kommunikative Nutzung).

(2) Spenden sind Zuwendungen Dritter an öffentliche Stellen zur Förderung steuerbegünstigter Zwecke im Sinne der §§ 52, 53, 54 der Abgabenordnung vom 1. Oktober 2002 (BGBI. I S. 3866; 2003 I S. 61) in der jeweils geltenden Fassung in Form von Geld oder geldwerten Leistungen ohne Gegenleistung des Empfängers.

(3) Schenkungen sind sonstige Zuwendungen Dritter an öffentliche Stellen ohne Gegenleistung.

(4) Soweit Dritte zur Erbringung von Zuwendungen gesetzlich verpflichtet sind beziehungsweise diese Leistungen in gesetzlichem Auftrag erbringen, handelt es sich nicht um Sponsoring, Spenden oder Schenkungen im Sinne dieser Richtlinie.

2 Umgang mit Sponsoring, Spenden und Schenkungen

2.1 Allgemeine Grundsätze

Im Zusammenhang mit Sponsoring, Spenden und Schenkungen an öffentliche Stellen sind folgende allgemeine Grundsätze zu beachten:

1. die Wahrung der Neutralität, der Integrität und des Ansehens der öffentlichen Stelle,
2. die Vermeidung des Anscheins fremder Einflussnahme bei der Wahrnehmung öffentlicher Aufgaben,
3. keine Unvereinbarkeit der Aufgaben der öffentlichen Stelle mit den Interessen des Zuwendungsgebers / der Zuwendungsgeberin,
4. vollständige Transparenz bei der Finanzierung öffentlicher Aufgaben,
5. die Vorbeugung gegen jede Form der Korruption und unzulässiger Beeinflussung.

2.2 Zulässigkeit von Sponsoring

(1) Sponsoring ist unter Beachtung der in Nummer 2.1 genannten allgemeinen Grundsätze zulässig, insbesondere in den Bereichen Öffentlichkeitsarbeit und Repräsentation des Freistaats Thüringen im In- und Ausland, Kultur, Sport, Gesundheit, Umweltschutz, Bildung und Wissenschaft.

(2) Sponsoring ist unzulässig, wenn der Anschein entstehen könnte, Verwaltungshandeln würde durch Sponsoringleistungen beeinflusst werden. Ein solcher Anschein liegt insbesondere vor bei Sponsoring

1. im unmittelbaren Zusammenhang mit folgenden überwiegend hoheitlichen Kernaufgaben der öffentlichen Stellen nach Nummer 1.2 Abs. 2:
 - a. Vornahme ordnungsrechtlicher Maßnahmen oder Erteilung von Genehmigungen sowie Ausübung sonstiger eingriffsverwaltender Tätigkeiten,
 - b. Ausübung aufsichtsrechtlicher Befugnisse,
 - c. Bewilligung von Zuwendungen im Sinne der Nr. 1 der Verwaltungsvorschrift zu § 23 ThürLHO,
 - d. Durchführung öffentlicher Planungsaufgaben,
 - e. Vergabe von Leistungen öffentlicher Träger der Wohlfahrtspflege,
 - f. Durchführung schulischer oder berufsbezogener Prüfungen oder Eignungsprüfungen,
 - g. Wahrnehmung der Aufgaben der Verfassungsschutz- und Polizeibehörden mit Ausnahme der polizeilichen Kriminalprävention und der Verkehrserziehung,

2. zugunsten der Gerichte, Staatsanwaltschaften, des Justizvollzugs,
3. zugunsten der Finanzverwaltung sowie
4. im unmittelbaren Zusammenhang mit der Vergabe öffentlicher Aufträge.

(3) Die dauerhafte Überlassung von Personal an eine öffentliche Stelle im Wege des Sponsoring oder die Finanzierung von Personalkosten, mit Ausnahme von Praktikumsvergütung, im Wege des Sponsoring ist ausgeschlossen. Das Verbot der Finanzierung von Stellen und Planstellen gilt nicht für Stiftungsprofessuren im Hochschulbereich.

(4) Im Zusammenhang mit Sponsoring dürfen keine Zusatzausgaben oder Folgekosten entstehen, die dem Willen des Haushaltsgesetzgebers zuwiderlaufen.

2.3 Verfahren bei Sponsoring

(1) Zulässige Sponsoringmaßnahmen sind immer schriftlich zu vereinbaren (Sponsoringvertrag). In Sponsoringverträgen sind Leistung und Gegenleistung genau zu bezeichnen. Es muss ausgeschlossen sein, dass der Sponsor / die Sponsorin Vorgaben für die Erledigung der öffentlichen Aufgaben macht oder in sonstiger Weise darauf Einfluss nehmen kann. Die öffentliche Stelle darf sich ausschließlich zur Nennung des Namens, der Firma oder Marke des Sponsors / der Sponsorin sowie der Präsentation seines/ihrer Logos und sonstiger Kennzeichen des Sponsors / der Sponsorin verpflichten. Bei der Annahme von Sponsoringleistungen dürfen über den Inhalt der Vereinbarungen hinaus keine weiteren Verpflichtungen der öffentlichen Stelle begründet oder Erwartungen geweckt werden.

(2) Sponsoringverträge von Behörden und Einrichtungen der unmittelbaren Landesverwaltung unterliegen dem Zustimmungsvorbehalt der jeweiligen obersten Landesbehörde. Diese kann die Befugnis delegieren. Soll das Sponsoring der Behörde oder Einrichtung zugutekommen, an die die Einwilligungsbefugnis delegiert ist, muss zuvor die Einwilligung der zuständigen dienstaufsichtsführenden Behörde eingeholt werden. Dies gilt nicht für Sponsoringverträge der Hochschulen des Freistaats Thüringen. Diese werden von der zuständigen Innenrevision der Hochschule geprüft und von dem Kanzler / der Kanzlerin der Hochschule gezeichnet.

(3) Liegen mehrere Angebote für Sponsoring vor, müssen bei der Auswahl des Sponsors / der Sponsorin stets die Wettbewerbs- und Chancengleichheit gewahrt werden. Bei der Auswahlentscheidung ist auf Neutralität und regelmäßigen Wechsel des Sponsors / der Sponsorin zu achten. Die Auswahlentscheidung ist aktenkundig zu dokumentieren.

(4) Bei der Vereinnahmung und Verausgabung von Sponsoringleistungen sind die haushaltsrechtlichen Bestimmungen (insbesondere das Trennungsprinzip) zu beachten. Je nach Art und Umfang kann Sponsoring eine wirtschaftliche Tätigkeit der öffentlichen Stelle darstellen, die der Körperschafts-, Gewerbe- und Umsatzsteuerpflicht unterliegt.

2.4 Zulässigkeit und Verfahren bei Spenden und Schenkungen

Die Grundsätze für die Zulässigkeit (Nummer 2.2) und das Verfahren bei Sponsoring (Nummer 2.3) gelten sinngemäß auch für Spenden und Schenkungen an öffentliche Stellen. Abweichend davon, sind der Abschluss eines schriftlichen Vertrages sowie die Zustimmung der obersten Landesbehörde beziehungsweise der dienstaufsichtsführenden Behörde nicht erforderlich. Die Annahme von Spenden und Schenkungen ist zu dokumentieren.

2.5 Sponsoringbericht

(1) Sponsoring, Spenden und Schenkungen sind gegenüber der Öffentlichkeit transparent zu machen. Die Leitstelle Korruptionsbekämpfung erstellt zu diesem Zweck alle zwei Jahre einen Bericht über Sponsoringleistungen, Spenden und Schen-

kungen an die Behörden und Einrichtungen der unmittelbaren Landesverwaltung, den Thüringer Rechnungshof sowie die staatlichen Hochschulen (Sponsoringbericht) und legt diesen dem Thüringer Landtag vor. Der Sponsoringbericht wird zudem veröffentlicht. In Sponsoringverträgen sowie bei der Entgegennahme von Spenden und Schenkungen ist auf die Veröffentlichung der Zuwendung im Sponsoringbericht hinzuweisen. Ist der Zuwendungsgeber / die Zuwendungsgeberin eine natürliche Person, soll dessen/deren Einwilligung zur Veröffentlichung seiner/ihrer Zuwendung im Sponsoringbericht eingeholt werden.

(2) In den Bericht aufzunehmen sind alle Sponsoringleistungen, Spenden und Schenkungen an die in Absatz 1 genannten öffentlichen Stellen mit jeweils einem Wert im Einzelfall ab 1 000 Euro. Sponsoringleistungen, Spenden und Schenkungen, deren Wert im Einzelfall unter 1 000 Euro liegt, sind ebenfalls in den Bericht aufzunehmen, wenn der Gesamtwert der einzelnen Zuwendungen des Zuwendungsgebers / der Zuwendungsgeberin an die öffentliche Stelle 1 000 Euro im Kalenderjahr erreicht oder übersteigt.

(3) Die obersten Landesbehörden haben der Leitstelle Korruptionsbekämpfung für ihren jeweiligen Geschäftsbereich die folgenden Daten zur Verfügung zu stellen:

1. Empfänger der Zuwendung (Dienststelle),
2. rechtliche Bewertung der Zuwendung (Sponsoring, Spende oder Schenkung),
3. Art der Zuwendung (Geld-, Sach- oder Dienstleistung mit kurzer Beschreibung),
4. Wert/Gegenwert der Zuwendung in Euro (gegebenenfalls geschätzt),
5. Name des Zuwendungsgebers / der Zuwendungsgeberin (kann bei Spenden und Schenkungen ausnahmsweise anonymisiert werden, wenn der Name des Zuwendungsgebers / der Zuwendungsgeberin nicht bekannt ist oder wenn der Zuwendungsgeber / die Zuwendungsgeberin eine natürliche Person ist und eine Einwilligung zur Veröffentlichung nicht vorliegt),
6. Verwendungszweck der Zuwendung (gefördertes Projekt, Veranstaltung).

3 Schlussbestimmungen

3.1 Gleichstellungsbestimmung

Status- und Funktionsbezeichnungen in dieser Richtlinie gelten unabhängig vom Geschlecht.

3.2 Inkrafttreten, Außerkrafttreten

Diese Richtlinie tritt am 1. Januar 2025 in Kraft und am 31. Dezember 2029 außer Kraft.

Erfurt, den 24.10.2024

Bodo Ramelow
Der Ministerpräsident

Georg Maier
Der Minister für Inneres und Kommunales

Ministerium für Inneres und Kommunales
Erfurt, 24.10.2024
Az.: 1010-IR-1181/47-13-151192/2024
ThürStAnz Nr. 48/2024 S. 1695 – 1696