

Spenden- und Sponsoringrichtlinie der Halleschen Wohnungsgesellschaft mbH

Präambel

Als größter Vermieter der Stadt Halle (Saale) fühlt sich die Hallesche Wohnungsgesellschaft mbH (HWG) der Stadt und ihren Bürgerinnen und Bürgern im besonderen Maße verbunden und verpflichtet. Ihr Gesellschaftsauftrag ist die Absicherung einer sozial verantwortbaren Wohnungsversorgung für breite Bevölkerungsschichten. Im Selbstverständnis der HWG geht ihr Handeln jedoch über den unmittelbaren Gesellschaftsauftrag hinaus.

Es ist im Interesse der HWG, die Wahrnehmung und das Erscheinungsbild der Stadt nach innen und außen positiv mitzugestalten. Hallenserinnen und Hallenser sowie deren Gäste sollen sich in der Saalestadt im Allgemeinen und dabei besonders in den einzelnen Quartieren wohlfühlen. Ein positives Stadtimage und attraktive Quartiere sind wichtige Mosaiksteine für den wirtschaftlichen Erfolg der HWG. Aus diesem Grund unterstützt die HWG punktuell und anlassbezogen Akteure und Projekte, die zur Erreichung dieser Ziele beitragen.

1. Zweck

- (1) Die Gewährung von Spenden für gemeinnützige und wohltätige Zwecke und das Sponsoring gehört zu dem unternehmerischen Engagement der HWG. Diese Richtlinie regelt
 - die Gewährung von Spenden und den Abschluss von Sponsoringvereinbarungen,
 - die in diesem Zusammenhang zu beachtenden Informations- und Genehmigungspflichten sowie
 - die Verantwortlichkeiten innerhalb der HWG.
- (2) Die Spenden und Sponsoringleistungen der HWG orientieren sich ausschließlich an den Unternehmenszielen sowie am Verhaltenskodex (*neu: an den Unternehmenswerten*) der HWG.
- (3) Die konsequente Anwendung dieser Richtlinie trägt dazu bei, eine hohe Transparenz zu gewährleisten und jeglichen Anschein unlauteren Handelns zu vermeiden (→ Compliance).

2. Begriffsbestimmungen

- (1) *Spenden*: zivilrechtlich handelt es sich um eine Schenkung im Sinne von § 516ff BGB – also um eine unentgeltliche Zuwendung.

Spenden im Sinne dieser Richtlinie sind freiwillige Geld- oder Sachzuwendungen für einen gemeinwohlorientierten steuerbegünstigten Zweck ohne eine Gegenleistung des Spendenempfangenden oder wenn sie zur Förderung steuerbegünstigter Zwecke freiwillig oder aufgrund einer freiwillig eingegangenen Rechtspflicht erbracht werden, kein Entgelt für eine bestimmte Leistung des Empfangenden sind und nicht in einem tatsächlichen wirtschaftlichen Zusammenhang mit dessen Leistungen stehen.¹

- (2) *Sponsoring*: lässt sich keinem der in Gesetzen, insbesondere der im BGB geregelten Schuldvertragstypen (z.B. Miet- oder Kaufvertrag) zuordnen. Grundlage für die Gestaltung von

¹ Vgl. BFH, Urteil vom 12.09.1990. Az. I R 65/86. Veröffentlicht in: BStBl. II 1991, 258.

Sponsoringverträgen ist das Allgemeine Schuldrecht (§§ 305 BGB). Demnach können die Vertragsparteien den Inhalt der getroffenen Vereinbarung individuell festlegen.

Sponsoring im Sinne dieser Richtlinie ist die Gewährung von Geld oder geldwerten Vorteilen zur Unterstützung von Personen, Gruppen und/oder Organisationen in sportlichen, kulturellen, kirchlichen, wissenschaftlichen, sozialen, ökologischen oder ähnlich bedeutsamen gesellschaftspolitischen Bereichen mit denen regelmäßig auch eigene unternehmensbezogene Ziele der Werbung oder Öffentlichkeitsarbeit verfolgt werden. Grundlage ist eine vertragliche Vereinbarung zwischen dem Sponsernden und dem Leistungsempfangenden, in der Art und Umfang der Leistungen geregelt wird.² Als Gegenleistung erhält der Zuwendende die Möglichkeit, eigene unternehmensbezogene Kommunikations- und Marketingmaßnahmen durchzuführen (z.B. Banden- oder Trikotwerbung, Banner etc.). Leistung und Gegenleistung müssen in einem angemessenen Verhältnis zueinanderstehen.

3. Festlegungen

- (1) Die Vergabe von Spenden und der Abschluss von Sponsoringvereinbarungen darf nicht von dienstlichen Entscheidungen des Zuwendungsempfangenden oder eines Dritten abhängig gemacht werden. Sie darf nicht in unmittelbarem Zusammenhang mit dem Abschluss oder der Verlängerung eines Vertrages mit dem Empfangenden bzw. eines Dritten stehen, zu einer Abhängigkeit des Empfangenden oder eines Dritten führen oder in irgendeiner Weise den Anschein unzulässiger Einflussnahme erwecken.
- (2) Alle mit der Bearbeitung von Spenden- und Sponsoringanfragen betrauten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter müssen offenlegen, wenn sie in einer unmittelbaren Beziehung zu dem Antragsteller stehen (z.B. Vereinsmitglied, verwandtschaftliches Verhältnis zu Entscheidungsträgern des Antragstellers).
- (3) Spenden- und Sponsoringleistungen durch Bargeldzuwendungen sind grundsätzlich ausgeschlossen. Zahlungen erfolgen direkt und nicht über Dritte auf das Konto des zu unterstützenden Empfangenden. Eine Verrechnung von Leistungen des Gesponserten und Leistungen der HWG oder ein Austausch von Sachleistungen ohne Rechnungslegung ist unzulässig. Zahlungen auf Privatkonten sind unzulässig.
- (4) Durch Spenden bzw. Sponsoringvereinbarungen werden grundsätzlich Empfangende und Projekte im Bestandsgebiet der HWG unterstützt.
- (5) Für den jährlichen Gesamtumfang von Spenden und Sponsoringvereinbarungen ist grundsätzlich die dafür vorgesehene jeweilige Position in der Wirtschaftsplanung maßgeblich. Die möglichen jährlichen Ausgaben für Spenden liegen bei etwa 0,25 % der geplanten Jahres-Ist-Miete. Die möglichen jährlichen Ausgaben für Sponsoringvereinbarungen liegen bei etwa 0,75 % der geplanten Jahres-Ist-Miete.³ Diese Ableitung gilt vorbehaltlich der planmäßigen Entwicklung der Finanz- und Ertragslage. Sofern sich Risiken in Richtung einer Entwicklungsgefährdung abzeichnen, sind abweichende Entscheidungen zu treffen.
- (6) Jeder Spende bzw. Sponsoringvereinbarung geht eine Prüfung durch die verantwortliche Stelle voraus. Die Prüfung umfasst u. a.:
 - a) die Einhaltung dieser Richtlinie,

² Vgl. BMF-Schreiben vom 18.02.1998. Gz. IV B 2 - S 2144 - 40/98. Veröffentlicht in: BStBl. I S. 212.

³ Die Jahres-Ist-Miete definiert sich dabei wie folgt: Sollmiete laut Wirtschaftsplan abzüglich Erlösschmälerungen laut Wirtschaftsplan abzüglich eines Risikobetrages von 6,0 Mio. Euro (= worst case laut Risikobewertungsmatrix für den Eintritt einer Entwicklungsgefährdung).

- b) die Angemessenheit von Leistung und Gegenleistung (bei Sponsoring) sowie
 - c) die Übereinstimmung mit den Zielen und dem Compliance-Verständnis der HWG.
- (7) Von Spenden und Sponsoringvereinbarungen ausgeschlossen sind:
- Privatpersonen
 - politische Parteien und parteinahe Jugendorganisationen
- (8) Spenden und Sponsoringvereinbarungen sollen pro abgrenzbarem Anlass bzw. Empfangendem den Wert von jährlich 100.000 Euro (brutto) nicht übersteigen.

4. Spenden

4.1 Spendenfähige Vorhaben

- (1) Die Förderung durch Spenden erfolgt vor allem in den Bereichen Wissenschaft, Bildung, Kultur, Soziales, Umwelt, Gesundheit und Sport.
- (2) Gefördert werden gemeinwohlorientierte Träger und Projekte.
- (3) Spenden erfolgen ausnahmslos für gemeinnützige Zwecke.
- (4) Bei Spenden handelt es sich um freiwillige Geld- oder Sachzuwendungen ohne aktive Gegenleistungen. Passive Gegenleistungen, wie z. B. die Darstellung des HWG-Logos ohne Verlinkung (im Online-Bereich) sind aber möglich.

4.2 Verfahrensweise

- (1) Durch die zu fördernde Institution ist eine Anfrage auf Gewährung entsprechend Anlage „Anfrage auf Zuwendung einer Spende“ zu stellen.
- (2) Die Anfrage des Einwerbenden wird bewertet. Dies erfolgt insbesondere anhand
 - a) der Gemeinnützigkeit des Einwerbenden und Spendenfähigkeit des Vorhabens,
 - b) des Ziels des Vorhabens und
 - c) des gesellschaftlichen Wertes.Es besteht kein Anspruch auf Gewährung einer Spende.
- (3) Eine etwaige Zusage einer Spende erfolgt schriftlich per Brief oder E-Mail an die zu fördernde Institution.
- (4) Spendenanfragen werden im Rahmen der geltenden Unterschriftenordnung durch die verantwortliche Stelle bearbeitet. Spenden über 10.000 Euro bedürfen der Zustimmung der Geschäftsführung.
- (5) Der Spendenempfangende muss eine Zuwendungsbestätigung ausstellen.

5. Sponsoring

5.1 Sponsoringfähige Vorhaben

- (1) Sponsoringvereinbarungen erfolgen vor allem bezogen auf Projekte und Aktivitäten in Sport, Kunst und Kultur, Bildung, Wissenschaft und Innovation sowie auf Soziales und Umwelt.

- (2) Mit dem Abschluss von Sponsoringvereinbarungen verfolgt die HWG Kommunikations- und Marketingziele. Sponsoringvereinbarungen der HWG werden zu folgenden Zwecken abgeschlossen:
- a) allgemeine Vertriebsunterstützung und Vertriebsförderung der Produkte und Dienstleistungen der HWG
 - b) Stärkung der Marke HWG bzw. deren öffentlicher Wahrnehmung,
 - c) Stärkung des positiven Images der HWG und
 - d) Stärkung eines positiven Stadtimages und attraktiver Quartiere
- (3) Sponsoringvereinbarungen sind gemäß Ziff. 2 Abs. 2 Verträge mit aktiven Gegenleistungen des Gesponserten. Solche Gegenleistungen sind bspw.:
- a) Verlinkung des Logos auf die HWG-Internetseiten oder Social Media-Auftritte der HWG,
 - b) Banner-, Banden- und Trikotwerbung,
 - c) die Möglichkeit, eigene Werbemittel im Rahmen der Veranstaltung auszuteilen,
 - d) aktive Teilnahme des Gesponserten an HWG-Veranstaltungen,
 - e) Abdruck des HWG-Logos auf Publikationen des Gesponserten,
 - f) Anbringung des HWG-Logos an den Räumlichkeiten des Gesponserten und
 - g) sonstige aktive Werbeleistungen.

Passive Gegenleistungen, wie z. B. die Darstellung des HWG-Logos ohne Verlinkung (im Online-Bereich) stellen aus steuerlicher Sicht mitunter eine Spende dar. In derartigen Fällen ist ggf. die Gewährung einer Spende nach Ziff. 4 zu prüfen.

5.2 Verfahrensweise

- (1) Die potenzielle Vertragspartnerin bzw. der potenzielle Vertragspartner stellt eine Anfrage auf Abschluss einer Sponsoringvereinbarungen (Anlage „Anfrage auf Gewährung von Sponsoring“).
- (2) Der Anfrage ist ein Konzept über das zu unterstützende Vorhaben beizufügen.

Das Konzept sollte folgende Punkte enthalten:

- a) Beschreibung des Sponsoringgegenstandes (Projekt, Veranstaltung, Mannschaft, Einzelperson,...),
- b) Sponsoringsumme,
- c) Erfüllungsort des Sponsoringgegenstandes, einschließlich der Ausführung über zu erwartende Werbekontakte (kalkulierte Zuschauerzahlen, Kontakte über mediale Vermarktung, Mitgliederzahlen des Vereins etc.) und
- d) Ausführung zur Branchenexklusivität.

Das Konzept wird durch die HWG (die verantwortliche Stelle) ergänzt um folgende Punkte:

- e) Darstellung der Geschäftsbeziehungen zur HWG und

- f) Darstellung, wie das Vorhaben die Aufgaben der HWG und deren öffentlichen Zweck unterstützt.
- (3) Sponsoringvereinbarungen werden für maximal zwölf Monate innerhalb eines Kalenderjahres abgeschlossen. In Ausnahmefällen können die maximal zwölf Monate auch unabhängig vom Kalenderjahr erfolgen (z.B. saisonabhängiges Sportsponsoring). Längerfristige Sponsoringvereinbarungen bedürfen einer gesonderten Begründung des Geförderten und der ausdrücklichen Zustimmung der Geschäftsführung.
- (4) Sponsoringvereinbarungen werden im Rahmen der geltenden Unterschriftenordnung durch die verantwortliche Stelle bearbeitet. Sponsoringvereinbarungen über 10.000 Euro (brutto) bedürfen der Zustimmung der Geschäftsführung.
- (5) Im Falle einer positiven Entscheidung zum Abschluss einer Sponsoringvereinbarung wird ein Vertrag gemäß Anlage „Sponsoringvereinbarung“ ausgefertigt. Zahlungen erfolgen grundsätzlich nach Rechnungslegung (digitale Rechnungslegung an rechnungseingang@hwgmbh.de).
- (6) Die Vertragspartnerin bzw. der Vertragspartner wird verpflichtet, die Erbringung der geschuldeten Leistung und deren Angemessenheit/Gleichwertigkeit zum Sponsoringbetrag nachzuweisen. Dafür wird der Partnerin bzw. dem Partner das in der Anlage dieser Richtlinie befindliche Formular „Nachweis der Gegenleistungen durch den Gesponserten“ mit dem Vertrag zur Verfügung gestellt und ist von der Partnerin bzw. dem Partner zur Prüfung vorzulegen.
- (7) Transparenz und Ordnungsmäßigkeit sind wichtige Merkmale der Zusammenarbeit bei Sponsoringvereinbarungen. Der Gesponserte verpflichtet sich vertraglich, die Erfüllung dieser Voraussetzungen durch eine qualifizierte Dokumentation nachzuweisen.
- (8) Intern prüft die verantwortliche Stelle, in welchem Umfang die vertraglich vereinbarten Gegenleistungen erbracht wurden. Über das Ergebnis wird RWC informiert.

6. Schlussbestimmungen

- (1) Sollten einzelne Bestandteile dieser Richtlinie nach geltendem Recht unwirksam sein oder werden, behalten die übrigen Bestimmungen ihre Gültigkeit. Geänderte gesetzliche Bestimmungen ersetzen jene dieser Richtlinie.
- (2) Der Antragsteller stimmt zu, dass die im Zusammenhang mit der Spende und Spendenanfrage bzw. der Sponsoringvereinbarung und Sponsoringanfrage erhobene personenbezogene Daten durch die HWG genutzt werden.
- (3) Die Empfangenden von Spenden und Partner bei Sponsoringvereinbarungen werden aus Transparenzgründen namentlich rückwirkend für ein Jahr auf der Internetseite der HWG veröffentlicht.