

Workshop ‚Grauzonen zwischen Kontaktpflege, erlaubtem Sponsoring und Korruption‘

Leitung des Workshops: Prof. Dr. Marcus Arndt, Kanzlei Weissleder Ewer, Kiel)
Ko-Referent: Maik Petersen (Innenministerium)
Dokumentation: Dr. Ute Kapau (KOMMA)

Zur Zulässigkeit von Sponsoring nach § 76 Abs. 4 GO

§ 76 Abs. 4 GO

„Die Gemeinde darf zur Erfüllung ihrer Aufgaben Spenden, Schenkungen und ähnliche Zuwendungen einwerben und annehmen oder an Dritte vermitteln. Die Einwerbung und die Entgegennahme des Angebots einer Zuwendung obliegen ausschließlich der Bürgermeisterin oder dem Bürgermeister. Über die Annahme oder Vermittlung entscheidet die Gemeindevertretung. Abweichend von Satz 3 kann die Gemeindevertretung die Entscheidung über die Annahme oder Vermittlung bis zu von ihr jeweils zu bestimmenden Wertgrenzen auf die Bürgermeisterin oder den Bürgermeister und den Hauptausschuss übertragen. Über die Annahme oder Vermittlung von Spenden, Schenkungen oder ähnlichen Zuwendungen, die über 50 Euro hinausgehen, erstellt die Bürgermeisterin oder der Bürgermeister jährlich einen Bericht, in welchem die Geber, die Zuwendungen und die Zweckungszwecke anzugeben sind, und leitet diesen der Gemeindevertretung zu.“

Sponsoring grundsätzlich zulässig nach § 76 Abs. 4 GO:

- Spende, Schenkung:
Zuwendung ohne Gegenleistung, bei der das Motiv der Förderung der öffentlichen Einrichtung im Vordergrund steht.

Sponsoring:

Zuwendung, bei der neben dem Motiv der Förderung der öffentlichen Einrichtung auch andere Interessen verfolgt werden (Imagegewinn, kommunikative Gegenleistung)

Sponsoring als ‚ähnliche Zuwendung‘ i.S.v. § 76 Abs. 4 GO?

Ja, in der Gesetzesbegründung (**Drucksache 17/1663**) wird Sponsoring ausdrücklich genannt:

„Mit der Vorschrift soll geregelt werden, dass Spenden und Sponsoring im kommunalen Bereich grundsätzlich erwünscht sind und die Einwerbung und Annahme von Zuwendungen Privater zur Erfüllung kommunaler Aufgaben generell zu dem dienstlichen Aufgabenkreis der damit befassten Amtsträger gehören.“

- Über die Annahme des Sponsorings entscheidet die Gemeindevertretung in öffentlicher Sitzung (§ 76 Abs. 4 i.V.m. § 35 GO). Ein berechtigtes Interesse des Sponsors am Ausschluss der Öffentlichkeit ist nicht gegeben; im Rahmen der vorzunehmenden Interessenabwägung gebührt dem aus dem Rechtsstaatsprinzip ableitbaren öffentlichen Interesse der Vermeidung jeglichen Scheins der Parteilichkeit (vgl. Seite 2) der Vorrang gegenüber Geheimhaltungsinteressen des Zuwendungsgebers (Vollständige Transparenz bei der Finanzierung öffentlicher Aufgaben).
Sponsoringmaßnahmen sollten durch einen Sponsoringvertrag bzw. durch eine Dokumentation der Sponsoringvereinbarung vollständig und abschließend aktenkundig gemacht werden.

Grenzen des Sponsorings¹:

- Anschein von Parteilichkeit muss vermieden werden (Rechtsstaatsprinzip Art 20 Abs. 3 GG). Es darf nicht der Anschein entstehen, das Verwaltungshandeln würde durch die Sponsoringleistung beeinflusst werden. Dies gilt insbesondere für Sponsoring im Bereich der Ordnungs-, Bewilligungs- und Aufsichtsbehörden, öffentlicher Stellen mit Beschaffungs- oder Planungsaufgaben sowie bei Trägern der Wohlfahrtspflege.
- Die finanzielle Unabhängigkeit der Kommune muss gewährleistet sein (Sicherung des Budgetrechts). Öffentliche Ausgaben sind grundsätzlich durch öffentliche Mittel zu finanzieren. Außersteuerliche Einnahmen sollen die Ausnahme sein (vgl. Art 104a ff GG).
- Sponsoring darf nicht zum Selbstzweck betrieben werden sondern muss der Finanzierung einer kommunalen Aufgabe dienen. (vgl. § 101 GO). Steuerliche Aspekte sind zu beachten.

¹ Siehe auch die von der IMK beschlossene Rahmenrichtlinie „Grundsätze für Sponsoring, Werbung, Spenden und mäzenatische Schenkungen zur Finanzierung öffentlicher Aufgaben“.