

## Bundesministerium des Innern

### Allgemeine Verwaltungsvorschrift zur Förderung von Tätigkeiten des Bundes durch Leistungen Privater (Sponsoring, Spenden und sonstige Schenkungen)

Vom 7. Juli 2003

Nach Artikel 86 Satz 1 des Grundgesetzes wird folgende allgemeine Verwaltungsvorschrift erlassen:

#### **1 Anwendungsbereich, Begriffsbestimmungen**

Diese Verwaltungsvorschrift gilt für die Zuwendung von Geld-, Sach- oder Dienstleistungen durch Private (Sponsoren) an eine oder mehrere Dienststellen des Bundes (Gesponserte), mit der der Sponsor eine Tätigkeit der Verwaltung mit dem Ziel fördert, dadurch einen werblichen oder sonst öffentlichkeitswirksamen Vorteil zu erreichen (Sponsoring). Tätigkeiten im Sinne dieser Verwaltungsvorschrift sind solche, die die Dienststelle im Rahmen ihres öffentlichen Auftrags sowie im Rahmen ihrer Eigendarstellung erbringt. Dienststellen des Bundes sind die obersten Bundesbehörden, die Behörden der unmittelbaren und mittelbaren Bundesverwaltung und die Gerichte des Bundes. Die Vorschrift findet auch auf die Streitkräfte Anwendung.

Sponsoring liegt daher nicht vor, wenn der Private und die Dienststelle aufgrund gleichgerichteter Zielsetzungen eine angemessene Kostenteilung vereinbaren.

Die nachfolgenden Regelungen gelten für unentgeltliche Zuwendungen Privater (insbesondere Spenden und sonstige Schenkungen) an die Bundesverwaltung sinngemäß.

#### **2 Zweck der Verwaltungsvorschrift**

Sponsoring trägt in geeigneten Fällen unterstützend dazu bei, Verwaltungsziele zu erreichen. Gleichwohl muss die öffentliche Verwaltung schon jeden Anschein fremder Einflussnahme vermeiden, um die Integrität und die Neutralität des Staates zu wahren. Die öffentliche Verwaltung darf sich daher nur nach Maßgabe der nachfolgenden eingrenzenden Regelungen dem Sponsoring öffnen.

#### **3 Grundsätze**

Bei der Entscheidung über den Einsatz von Sponsoring sind folgende Grundsätze zu beachten:

3.1 Öffentliche Aufgaben sind grundsätzlich durch Haushaltsmittel zu finanzieren. Sponsoring kommt daher nur ergänzend unter den in Nummern 3.2 bis 3.4 genannten Bedingungen in Betracht.

3.2 Über die Einwerbung und Annahme von Sponsoringleistungen ist grundsätzlich restriktiv zu entscheiden.

3.2.1 In der Eingriffsverwaltung ist Sponsoring grundsätzlich nicht zulässig (z. B. bei einer unmittelbaren oder mittelbaren Unterstützung in den hoheitlichen Aufgabenbereichen der Polizei, der Finanzen und des Zolls des Bundes, etwa durch Sachmittelleistung). Außerhalb der Eingriffsverwaltung (z. B. Finanzierung öffentlichkeitswirksamer Maßnahmen der Polizei, wenn diese keine Beeinflussung im Bereich der Eingriffsverwaltung zur Folge hat) darf Sponsoring ausnahmsweise genehmigt werden.

3.2.2 Außerhalb der Eingriffsverwaltung ist Sponsoring, z. B. in den Bereichen Kultur, Sport, Gesundheit, Umweltschutz, Bildung und Wissenschaft, der Außenwirtschaftsförderung sowie bei der politischen Öffentlichkeitsarbeit im In- und Ausland und bei repräsentativen Veranstaltungen der Bundesregierung, zulässig, wenn eine Beeinflussung der Verwaltung bei ihrer Aufgabenwahrnehmung auszuschließen ist und auch kein Anschein einer solchen Beeinflussung entsteht.

3.3 Die Annahme von angebotenen oder eingeworbenen Sponsoringleistungen bedarf der schriftlichen Einwilligung der obersten Dienstbehörde. Diese kann die Befugnis delegieren. Soll das Sponsoring der Dienststelle zugute kommen, an die die Einwilligungsbefugnis delegiert ist, muss zuvor die Einwilligung der nächst höheren Dienststelle eingeholt werden, sofern die begünstigte Dienststelle nicht zur abschließenden Entscheidung ermächtigt ist. Innerhalb der obersten Bundesbehörden ist jeweils eine für Fragen des Sponsoring zuständige Stelle (Sponsoringbeauftragter) zu bestimmen, die bei Angelegenheiten des Sponsoring zu beteiligen ist und die eng mit dem Ansprechpartner für Korruptionsvorsorge zusammenarbeitet. Bei vorgesehener Einwerbung von Sponsoringleistungen ist vor konkreten Absprachen mit möglichen Sponsoren die Entscheidung des Leiters der jeweiligen Dienststelle einzuholen. Dieser beteiligt in

von der obersten Bundesbehörde bestimmten Fällen den Sponsoringbeauftragten. Innerhalb der obersten Bundesbehörden kann der Leiter die Befugnis zur Entscheidung nach Satz 5 delegieren.

3.4 Soweit in diesen Bereichen Sponsoring in Einzelfällen zugelassen werden darf, sind für die Genehmigung die folgenden Kriterien maßgebend:

- a) Sponsoring ist gegenüber der Öffentlichkeit offen zu legen. Der Umfang und die Art von Sponsoring sowie die Sponsoren sind zur Vermeidung jeden Anscheins von Parteilichkeit der öffentlichen Verwaltung für jede Sponsoringmaßnahme transparent zu machen. Zur Transparenz gehören die
  - Buchung der Geldleistungen aus Sponsoring bei den entsprechenden Einnahmetiteln zur Ex-post-Kontrolle,
  - Offenlegung der Geld-, Sach- und Dienstleistungen aus Sponsoring in einem zweijährlichen Bericht des Bundesministeriums des Innern. In dem Bericht können einzelne Sponsoringleistungen im Gegenwert von je bis zu 5000 € zusammenfassend dargestellt werden.
- b) Jeder Einzelfall ist anhand nachvollziehbarer Kriterien zu entscheiden. Die Wettbewerbs- und Chancengleichheit potentieller Sponsoren muss gewahrt werden. Die Entscheidung für einen Sponsor muss objektiv und neutral getroffen werden und auf sachgerechten und nachvollziehbaren Erwägungen beruhen. Maßstab für die Entscheidung können die individuelle Zuverlässigkeit, die finanzielle Leistungsfähigkeit, die Geschäftspraktiken und -grundsätze sowie die Kunden- und Medienprofile der Sponsoren sein.
- c) Alle Sponsoringvereinbarungen sind aktenkundig zu machen. Dabei soll schriftlich festgehalten werden, welche Tätigkeit gefördert wird, welche spezifischen Leistungen der Sponsor erbringt und welche Verpflichtungen die Dienststelle übernimmt.

Als Verpflichtung der Dienststelle darf ausschließlich die Darstellung des Sponsors zugelassen werden, insbesondere die mündliche oder schriftliche Nennung des Namens, der Firma und der Marke des Sponsors sowie die Präsentation seines Logos und sonstiger Kennzeichen im Rahmen der Veranstaltung. Ausgeschlossen sind auch Vereinbarungen zur indirekten Koppelung von Leistung und Gegenleistung.

- d) Bei der Annahme von Sponsoring dürfen über den Inhalt der Absprachen hinaus keine weiteren Verpflichtungen begründet oder Erwartungen geweckt werden.
- e) Über die Verpflichtung des Buchstaben c hinaus darf die Dienststelle den Sponsor und seine Erzeugnisse nicht öffentlich anpreisen. Ausgenommen sind Tätigkeiten der Außenwirtschaftsförderung.
- f) Werden Auftragnehmer der Dienststelle als Sponsoren in Betracht gezogen, ist sicherzustellen, dass Wettbewerber nach Buchstabe b in das Verfahren mit gleichen Chancen einbezogen werden. Durch die Annahme einer Sponsoringleistung dürfen keine Bindungen entstehen, durch die ein öffentlicher Wettbewerb eingeschränkt oder ausgeschlossen wird.
- g) Vor der Annahme von Sponsoring ist sicherzustellen, dass für anfallende Folgeausgaben (z. B. Wartungskosten für Kfz, Gebühren für Fernsehen, Betriebskosten o. Ä.) Haushaltsmittel für den angestrebten Zweck zur Verfügung stehen.
- h) Beispielsfälle für zulässiges Sponsoring sind in der Anlage zu dieser Verwaltungsvorschrift aufgeführt.

#### 4 Schlussbestimmungen

Die obersten Bundesbehörden können ergänzende Regelungen treffen, insbesondere weitergehende Einschränkungen zum Sponsoring festsetzen. Bereits bestehende Einschränkungen bleiben unberührt.

#### 5 Inkrafttreten

Diese allgemeine Verwaltungsvorschrift tritt am Tage ihrer Veröffentlichung im Bundesanzeiger in Kraft. Sie ergänzt die Nummer 18 der Richtlinie der Bundesregierung zur Korruptionsprävention in der Bundesverwaltung vom 17. Juni 1998 (BAnz. S. 9665).

Berlin, den 7. Juli 2003  
O 4 – 634 140-1/7

Der Bundeskanzler  
Gerhard Schröder

Der Bundesminister des Innern  
Schily

## Anlage

### Beispiele für zulässiges Sponsoring

- Veranstaltungen im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit
- Öffentlichkeitsarbeit im Ausland bei Veranstaltungen, die auch durch die Auslandsvertretungen ausgerichtet werden
- Veranstaltungen und Messen zur Förderung der deutschen Exportwirtschaft und einzelner Branchen im In- und Ausland
- Veranstaltungen zur Bewerbung und Förderung des Standortes Deutschland im In- und Ausland
- Veranstaltungen im Rahmen der In- und Auswärtigen Sport-, Kultur- und Bildungspolitik
- Veranstaltungen und Maßnahmen zur Förderung des allgemeinen Umweltbewusstseins
- Gesundheitsförderung und -prävention
- Sonstige repräsentative Veranstaltungen
- Repräsentative Veranstaltungen zur Darstellung der Bundesrepublik Deutschland gegenüber dem Ausland
- Pressearbeit bei bedeutenden Veranstaltungen im In- und Ausland
- Delegations- und Pressebetreuung im Rahmen von Großveranstaltungen im In- und Ausland
- Unterstützung der Repräsentation der Bundeswehr im In- und Ausland
- Zuwendungen an Büchereien und Mediotheken als Ergänzung des dienstlichen Angebotes
- Vollständige oder teilweise Übernahme der Herstellungskosten von Anschauungsmaterial und Fachinformationen in Form verschiedener Medien (z. B. Druck von Tagungsbänden und Informationsbroschüren, Herstellung von CD's u. a.)
- Vollständige oder teilweise Finanzierung eines Gerätes durch einen Förderverein