

Neue Bitterfelder Wohnungs- und Baugesellschaft mbH - NEUBI Richtlinie Sponsoring und Spenden

Diese Richtlinie regelt die Voraussetzungen für den Abschluss von Sponsoring-Vereinbarungen (Werbevereinbarungen) und die Gewährung von Spenden. Sie soll dazu beitragen, hohe Transparenz zu erreichen und jeglichen Anschein unlauteren Handelns zu vermeiden.

Begriffsdefinition

Sponsoring

Laut Bundesministerium der Finanzen ist Sponsoring die Gewährung von Geld oder geldwerten Vorteilen durch Unternehmen zur Förderung von Personen, Gruppen und/oder Organisationen in sportlichen, kulturellen, kirchlichen, wissenschaftlichen, sozialen, ökologischen oder ähnlich bedeutsamen gesellschaftspolitischen Bereichen zu verstehen, mit der regelmäßig auch eigene unternehmensbezogene Ziele der Werbung oder Öffentlichkeitsarbeit verfolgt werden.

Sponsoring basiert – im Gegensatz zur Spende – auf dem Prinzip von Leistung und Gegenleistung. Der Leistungsaustausch unterliegt i. d. R. der Umsatzsteuer. Der Förderer verpflichtet sich dabei zur Unterstützung des Geförderten. Als Gegenleistung erhält der Förderer bestimmte Rechte, etwa das Recht, die Marke, seine Produkte und Dienstleistungen im Umfeld des Geförderten zu präsentieren oder dessen Vertriebs- und Marketingkanäle zu nutzen. Grundlage ist eine vertragliche Vereinbarung, die einen gegenseitigen Leistungsaustausch zum Gegenstand hat. Leistung und Gegenleistung müssen in einem angemessenen Verhältnis zueinanderstehen.

Zahlungen des Förderers können regelmäßig Entgelt für eine steuerbare und steuerpflichtige Leistung sein. Der hierfür erforderliche unmittelbare Zusammenhang zwischen der erbrachten Leistung und dem empfangenen Gegenwert ist nicht gegeben, wenn der Förderer lediglich benannt wird oder auf seinen Namen oder auf das Logo hingewiesen wird. Ein Leistungsaustausch liegt nur bei einer besonderen Hervorhebung des Förderers oder einer Verlinkung zu dessen Internetseiten vor. Ein Leistungsaustauschverhältnis liegt jedoch dann vor, wenn dem Förderer das ausdrückliche Recht eingeräumt wird, die Sponsoring-Maßnahme im Rahmen eigener Werbung zu vermarkten.

Spende

Eine Spende wird als eine freiwillige Leistung ohne Gegenleistung definiert, die der Förderung gemeinwohlorientierter steuerbegünstigter Zwecke im Sinne der §§ 52 bis 54 der Abgabenordnung dient. Spenden erfolgen ausschließlich zur Unterstützung der Interessen des Geförderten.

Hintergrund

Die Sponsoring- und Spendenleitlinie der NEUBI orientiert sich am Geschäftszweck und am Leitbild des Unternehmens. Die NEUBI ist ein kommunales Wohnungsunternehmen und einer der großen Vermieter in den Städten Bitterfeld-Wolfen und Sandersdorf-Brehna. Die NEUBI fühlt sich den beiden Städten Bitterfeld-Wolfen und Sandersdorf-Brehna und insbesondere den Einwohnerinnen und Einwohnern der Stadtteile Bitterfeld und Sandersdorf im besonderen Maße verbunden und verpflichtet

Sicher zu Wohnen ist ein Grundbedürfnis und ein Menschenrecht. Wohnraum kostengünstig und nachhaltig zu bauen, einer breiten Bevölkerung zur Verfügung zu stellen, Wohnraum und Umfeld für Mieterinnen und Mieter nach ihren Wünschen zu gestalten und zu erhalten ist Auftrag und Selbstverständnis der NEUBI. Die Integration aller sozialen und gesellschaftlichen Gruppen der Bevölkerung gehört ebenso zu den Zielen und geht über die wirtschaftliche Perspektive hinaus.

Deshalb ist es für die NEUBI wichtig, das Image der beiden Stadtteile in den beiden Städten Bitterfeld-Wolfen und Sandersdorf-Brehna mit zu gestalten. Ein positives Erscheinungsbild und lebenswerte Stadtteile tragen zum Geschäftserfolg der NEUBI bei. Gemeinnützige Organisationen, wie Vereine und Wohlfahrtsverbände aber auch die Stadtverwaltungen selbst wirken dabei aktiv mit. Zahlreiche Projekte aus den Bereichen Kultur, Sport, Soziales und Umwelt prägen das soziale und kulturelle Miteinander in der Region.

Die NEUBI unterstützt diese Arbeit seit vielen Jahren durch Sponsoring oder Spenden und natürlich mit eigenem Engagement, wie Mieterfeste, die Mieterzeitung u. a. Sie ist aktiver und verlässlicher Partner.

Ziele des Sponsorings und bei Spenden

Sponsoring ist Teil der Öffentlichkeitsarbeit der NEUBI und dient damit auch der Förderung unternehmensbezogener Ziele. Wirtschaftliche Vorteile des Sponsorings für die NEUBI liegen in der Sicherung und der Erhöhung des unternehmerischen Ansehens.

Die NEUBI bindet Spenden regelmäßig an einen bestimmten Zweck. Die Förderung durch Spenden konzentriert sich auf die Bereiche Wissenschaft, Bildung, Kultur, Soziales, Umwelt, Gesundheit und Sport. Spenden erfolgen ausnahmslos für gemeinnützige Zwecke. Eine Spende erfolgt stets gegen Zuwendungsbestätigung bzw. Spendenbescheinigung.

Mit Sponsoring und Spenden werden u. a. folgende Ziele verfolgt:

- Mitgestaltung lebenswerter Stadtteile
- Förderung des sozialen und kulturellen Miteinanders
- Stärkung der Integration und Partizipation
- Erhalt und Ausbau des positiven Images der NEUBI
- Etablierung der Marke NEUBI bzw. deren Kommunikation
- Bekanntmachung von Produkten, Quartieren und Dienstleistungen der NEUBI
- Unterstützung von Aufklärungsarbeit bei Produkten und Dienstleistungen der Daseinsvorsorge, z. B. „Wohnen“, „Abfalltrennung“, „Energieeinsparung“ u. Ä.
- allgemeine Vertriebsförderung von Produkten und Dienstleistungen der NEUBI

Fördergrundsätze der NEUBI

Gefördert werden können Projekte:

- im Leistungsgebiet der NEUBI, in den Stadtteilen Bitterfeld und Sandersdorf
- die die Zielgruppe der NEUBI ansprechen
- die einen Beitrag zur Imagepflege der NEUBI leisten
- die ein angemessenes Verhältnis von Leistung und Gegenleistung aufweisen
- die ein positives Image haben und förderungswürdig sind

Im Diskurs mit den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern entscheidet die Geschäftsführung über Sponsoring- oder Spendenanfragen. Ein Anspruch auf Förderung besteht nicht. In der Regel werden Sponsoring-Vereinbarungen für die Dauer eines Jahres geschlossen. Für den jährlichen Gesamtumfang von Spenden und Sponsoring-Vereinbarungen ist die dafür vorgesehene jeweilige Position in der Wirtschaftsplanung maßgeblich. Die Höchstförderung pro Jahr und Geförderten soll die monetäre Leistung von 10 T€ nicht überschreiten.

Sponsoring-Leistungen und Spenden durch Bargeldzuwendungen sind grundsätzlich ausgeschlossen. Nicht zulässig ist eine Verrechnung von Leistungen des Geförderten und Leistungen der NEUBI oder ein Austausch von Sachleistungen ohne Rechnungslegung. Zahlungen auf Privatkonten sind unzulässig. Die Vergabe von Spenden und der Abschluss von Sponsoring-Vereinbarungen darf nicht von dienstlichen Entscheidungen des Geförderten oder eines Dritten abhängig gemacht werden. Sie darf nicht zu einer Abhängigkeit des Geförderten oder eines Dritten führen oder in irgendeiner Weise den Anschein unzulässiger Einflussnahme erwecken.

Anforderungen an Geförderte

Für alle Zuwendungen ist eine transparente Mittelverwendung und partnerschaftliche Zusammenarbeit grundständige Voraussetzung. Die Geförderten von Sponsoring-Leistungen und Spenden werden aus Transparenzgründen namentlich auf der Internetseite der NEUBI veröffentlicht.

Die NEUBI erfüllt Aufgaben der sogenannten Daseinsvorsorge, die im Wesentlichen öffentlich zugänglich sind und damit einen öffentlichen Zweck beinhalten. Das Sponsoring soll diesen öffentlichen Zweck bzw. die Aufgaben der NEUBI unterstützen.

Gegenleistungen der Geförderten können bspw. sein:

- Verlinkung des Logos auf die Internetseiten
- Banden- und Trikotwerbung
- die Möglichkeit, eigene Werbemittel im Rahmen der Veranstaltung auszuteilen
- Abdruck des Logos der NEUBI auf Publikationen des Geförderten
- sonstige aktive Werbeleistungen
- sofern im Rahmen der Werbevereinbarung auch die Überlassung von Eintrittskarten für Veranstaltungen enthalten sind, muss vom Geförderten der Wertumfang der Eintrittskarten sowie der zugrundeliegende Umsatzsteuersatz mitgeteilt werden
- Dokumentation der Gegenleistung

Die NEUBI unterstützt bzw. fördert nicht:

- laufende Betriebsausgaben
- Einzelpersonen oder Organisationen, die vorrangig wirtschaftliche Ziele verfolgen
- politischen Parteien und parteinahe Organisationen, Gewerkschaften, Amts- oder Mandatsträger, Bewerber um ein öffentliches Amt und religiösen Organisationen
- Projekte mit gefährlichem, aggressivem oder diskriminierendem Hintergrund
- Projekte ohne Engagement des Geförderten
- Sportarten und Tätigkeiten, bei denen Gewaltverherrlichung im Vordergrund steht
- gemeinnützige Organisationen, die mit folgenden Themen werben:
 - Werbung mit parteipolitischem Inhalt, insbesondere Wahlwerbung
 - Werbung, die gegen die guten Sitten oder das Anstandsgefühl verstößt
 - Werbung, die gegen rechtliche Bestimmungen verstößt
 - Werbung, die Gewalt verherrlicht oder fremdenfeindlich ist
 - Werbung, die die Würde, das Ansehen der öffentlichen Verwaltung und des Staates verletzt

Beispiele für Förderbereiche

Breitensport, Bewegungs- und Gesundheitsförderung, insbesondere von Kindern und Jugendlichen, Maßnahmen, Veranstaltungen, Feste und Projekte mit kulturellen, ökologischen, sozialen, sportlichen oder wissenschaftlichen Bezügen, die von der Stadt oder ihren Einrichtungen oder von privaten gemeinnützigen Organisationen durchgeführt werden.

Quellen

- Ertragsteuerliche Behandlung des Sponsorings („Sponsoringerlass“): BMF v. 18.02.1998 IV B 2-S 2144-40/98 IV B 7-S 0183-62/98, BStBl I 1998, 212
- Umsatzsteuerliche Behandlung (kein Leistungsaustausch): BMF v. 25.07.2014 IV D 2-S 7100/08/10007:003 DOK2014/0635108, BStBl I 2014, 1114

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.